

Essi-Katarina Hietanen

ASIAKASTYYTYVÄISYYS ORIGINAL SOKOS HOTEL VILLASSA  
HOTELLIVIERAILUN AIKANA

Matkailun koulutusohjelma  
2017

# ASIAKASTYYTYVÄISYYS ORIGINAL SOKOS HOTEL VILLASSA HOTELLIVIERAILUN AIKANA

Hietanen, Essi-Katarina  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Helmikuu 2017  
Sivumäärä: 56  
Liitteitä: 2

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, hotelli, palvelu

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli Original Sokos Hotel Villan asiakastyytyväisyyden nykytilan kartoittaminen. Original Sokos Hotel Villa on avattu vuonna 1991 ja se sijaitsee Tampereen rautatieaseman kupeessa. Original Sokos Hotel Villa on osa S-ryhmään kuuluvaa suomalaista Sokos Hotels -hotelliketjua.

Tämän työn teoreettisessa viitekehyksessä perehdyttiin majoitustoimintaan, asiakastyytyväisyyteen sekä palveluun. Tämä tutkimus toteutettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää käyttäen. Tutkimusaineistoa kerättiin kyselylomakkeilla Original Sokos Hotel Villassa kahdeksan viikon ajan marras-joulukuussa 2016. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat hotellin suomalaiset majoittuvat hotelliasiakkaat.

Kyselylomakkeessa vastaajat arvioivat tyytyväisyyttään hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin numeerisella asteikolla yhdestä neljään. Vastaajien taustatietojen lisäksi kyselylomake sisälsi kolme aihealuetta, jotka olivat sisäänkirjautuminen, hotellihuone sekä aamiainen. Tästä tutkimuksesta rajattiin pois lisäpalvelut, kuten sauna- ja ravintolapalvelut. Jokaisen aihealueen jälkeen tyytymättömät asiakkaat saivat kertoa, mikä oli vaikuttanut heidän tyytymättömyyteensä. Kyselyn lopussa vastaajat saivat vielä sanallisesti jättää risut sekä ruusut Original Sokos Hotel Villalle. Tutkimukseen vastasi yhteensä 110 henkilöä.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että Original Sokos Hotel Villan asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä niin hotelliin kuin sen henkilökuntaan. Asiakkaat olivat erityisen tyytyväisiä hotellin henkilökunnan ystävällisyyteen, palvelun sujuvuuteen vastaanotossa sekä aamiaisen monipuolisuuteen. Suurimmaksi tyytymättömyyttä aiheuttavaksi asiaksi nousi mutkikas reitti aamiaistiloihin.

# CUSTOMER SATISFACTION IN ORIGINAL SOKOS HOTEL VILLA DURING THE HOTEL VISIT

Hietanen, Essi-Katarina

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

February 2017

Number of pages: 56

Appendices: 2

Keywords: customer satisfaction, hotel business, service

---

The purpose of this thesis was to research the present state of customer satisfaction of Original Sokos Hotel Villa. Original Sokos Hotel Villa locates near Tampere railway station. The hotel was founded year 1991. Original Sokos Hotel Villa is a part of Finnish hotel chain Sokos Hotels, which is part of the S-group.

The hotel business, customer satisfaction and service were examined in the theoretical framework of this thesis. This research was executed with quantitative research method. The research material was gathered with questionnaire during the November and December 2016. The target group of this research was the overnight staying Finnish customers of Original Sokos Hotel Villa.

In the questionnaire, the customers filled in their background information and estimated their satisfaction to hotel and its services with numerical scale from one to four in three fields; check in, hotel room and breakfast. Additional services such as sauna and restaurant services were not included in this research. After every field, the dissatisfied customers could tell which issues have affected their dissatisfaction. In the end of the questionnaire, the customers could leave their own greetings for Original Sokos Hotel Villa. One hundred and ten customers took part in this research.

It was found out during the research that the customers of Original Sokos Hotel Villa are very satisfied with hotel and its staff. The customers were particularly satisfied with the friendly staff, fluency of the service at the reception and diversity at the breakfast. The biggest issue, which caused dissatisfaction, was the complicated route to the breakfast.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	TUTKIMUKSEN RAJAUS, TUTKIMUSONGELMA JA TAVOITE .....	6
3	TOIMEKSIANTAJA ORIGINAL SOKOS HOTEL VILLA .....	7
3.1	Sokos Hotels -ketjun ja Original Sokos Hotel Villan historia .....	9
3.2	S-Card työmatkustuskortti .....	10
4	MAJOITUSTOIMINTA .....	11
4.1	Hotelliketjut .....	12
4.2	Hotellihuone .....	12
4.3	Hotelliaamiainen .....	14
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	15
5.1	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät .....	18
5.2	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen .....	20
6	PALVELU .....	21
6.1	Asiakaspalvelijan rooli palvelutapahtumassa .....	22
6.2	Asiakkaan palvelupolku .....	23
7	TUTKIMUKSEN KULKU .....	24
7.1	Tutkimusmenetelmä .....	25
7.2	Kyselylomake aineistonkeruunmenetelmänä .....	26
7.3	Kyselyn toteutus ja aineiston analysointi .....	28
8	TULOKSET JA ANALYSOINTI .....	29
8.1	Vastaajien taustatiedot .....	29
8.2	Sisäänkirjautuminen .....	32
8.3	Hotellihuone ja yöpyminen .....	36
8.4	Aamiainen .....	42
8.5	Risut ja ruusut .....	46
8.6	Yhteenveto ja kehitysehdotukset .....	48
9	LUOTETTAVUUSTARKASTELU .....	50
10	POHDINTA .....	52
	LÄHTEET .....	55
	LIITTEET	
	Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselylomake	
	Liite 2. Vastaukset avoimiin kysymyksiin	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Tampereella sijaitseva Original Sokos Hotel Villa. Suoritin Sokos Hotel Villassa ammattikorkeakoulun matkailun koulutusohjelman restonomitutkintoon sisältyvän työharjoittelujakson kevään ja kesän 2016 aikana. Hyödynnän tässä työssä harjoittelujaksوني aikana sisäistämiäni tietoja hotellista, sillä koen oppimieni tietojen tuovan lisäarvoa työlle.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa Original Sokos Hotel Villan tämänhetkinen asiakastyytyväisyystilanne. Hotellin on tärkeää tietää, mihin sen asiakkaat ovat tyytyväisiä, ja mihin asiakkaat taas kaipaavat parannusta, jotta palveluita voidaan aina edelleen kehittää. Palveluiden kehittämällä tuotetaan uusia tyytyväisiä asiakkaita, jotka palaavat myös uudelleen käyttämään hotellin palveluita.

Tämän opinnäytetyön teoriaosuus sisältää teoriaa majoitustoiminnasta, asiakastyytyväisyydestä, palvelusta sekä tutkimusmenetelmistä. Teoriaosuudessa käydään läpi muun muassa asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä, asiakkaan kulkema palvelupolku sekä asiakaspalvelijan rooli palvelutapah-  
tumassa.

Teorian pohjalta tehdyn asiakastyytyväisyyskyselyn avulla vastauksia kerättiin hotellin suomalaisilta asiakkailta marras-joulukuussa 2016. Työ rajattiin koskemaan suomalaisia hotellivieraita, sillä he ovat hotellin suurin asiakas-  
kunta. Työn lopussa esittelen saadut tulokset ja pohdin niiden oikeellisuutta sekä luotettavuutta. Viimeisenä työssä on pohdintaosio, jossa pohdin opinnäytetyöprosessiani ja työn onnistumista.

## 2 TUTKIMUKSEN RAJAUS, TUTKIMUSONGELMA JA TAVOITE

Rajaan tutkimukseni koskemaan suomalaisia yöpyviä hotellivieraita, niin työmatkustajia kuin vapaa-ajan matkailijoita, sillä kotimaan matkustajat ovat selkeästi suurin asiakaskunta Sokos Hotel Villassa verratessa ulkomaalaisiin asiakkaisiin. Vaikka ulkomaalaistenkin hotellikävijöiden mielipide on ehdottoman tärkeä, tämä tutkimus paneutuu tutkimaan suomalaisten asiakkaiden tyytyväisyyttä. Original Sokos Hotel Villa on Sokos Hotelleista "Original", jolla Sokos Hotels -ketjussa tarkoitetaan "sydämellisesti suomalaista" ja näin ollen suomalaiset asiakkaat osaavat vastata parhaiten siihen, miten Sokos Hotel Villaa ja sen palveluita voitaisiin tulevaisuudessa kehittää, jotta hotelli voisi jatkaa omalla linjallaan kehittämällä palveluitaan. Lisäksi olen rajannut tutkimuksesta pois kaikki lisäpalvelut, kuten sauna-, kuntosali- ja ravintolapalvelut. Tässä opinnäytetyössä asiakastyytyväisyyttä tutkitaan palvelupolun kolmessa eri vaiheessa, jolloin palvelupolku on rajattu koskemaan vastaanottoa, hotellihuonetta sekä aamiaista.

Muotoilin tutkimukseni tutkimusongelman yhteen kysymykseen: Millainen on Original Sokos Hotel Villan suomalaisten asiakkaiden asiakastyytyväisyys hotellivierailun aikana. Sokos Hotel Villassa ei ole muutama vuoteen toteutettu asiakastyytyväisyyskyselyä, joten nyt on hyvä hetki selvittää, millainen on hotellin nykyinen asiakastyytyväisyystilanne hotelliin, sen tarjoamiin palveluihin sekä henkilökuntaan.

Tutkimuksen tarkoituksena on auttaa Original Sokos Hotel Villaa kehittämään palveluitaan. Tutkimus auttaa hotellia kehittämään niitä asioita, joihin asiakkaat eivät ole tyytyväisiä ja pitämään kiinni niistä asioista, joihin hotellin asiakkaat puolestaan ovat tyytyväisiä. Tavoitteena on asiakastyytyväisyyskyselyn avulla selvittää, mihin Original Sokos Hotel Villan asiakkaat ovat tyytymättömiä ja missä on parantamisen varaa.

### 3 TOIMEKSIANTAJA ORIGINAL SOKOS HOTEL VILLA

Tampereella sijaitseva Original Sokos Hotel Villa on osa suomalaista Sokos Hotels -hotelliketjua. Sokos Hotels -ketjuun kuuluu yli 50 hotellia Suomessa sekä ulkomailla Venäjällä Pietarissa ja Virossa Tallinnassa. Sokos Hotels -hotelliketjun hotellit jaetaan kolmeen eri luokkaan, jotka ovat Original, Solo ja Break by Sokos Hotels. Break-hotellit ovat tarkoitettu nimensä mukaisesti rentoutumiseen ja hotelleissa on esimerkiksi kylpyläpalveluja. Solo-hotellit ovat kaikki ainutlaatuisia ja hotelleissa yhdistyvät sekä historia että nykyaikainen design. Original-hotelleja on eniten ja niille tyypillistä on perinteikkyyys ja paikallisuus. (Sokos Hotelsin www-sivut 2016.)

Sokos Hotellit ovat joko paikallisten osuuskauppojen tai Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan (SOK) matkailu- ja ravitsemisliiketoiminnan tytäryhtiö Sokotel Oy:n omistuksessa ja ne sijaitsevat poikkeuksetta kaupunkien keskustan tuntumassa tai vapaa-ajankohteiden, kuten hiihtokeskuksien lähettyvillä. Sokos Hotels -hotelliketju on osa S-ryhmää, joka on suomalainen yritysverkosto, johon kuuluu vähittäiskaupan ja palvelualan yrityksiä. Yhteensä S-ryhmään kuuluu yli 1600 toimipaikkaa ympäri Suomen. S-ryhmän muodostavat 20 osuuskauppaa sekä Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta ja tämän tytäryhtiöt. S-ryhmän tarjoamiin palveluihin kuuluvat muun muassa matkailu- ja ravitsemiskaupan, rautakaupan, marketkaupan ja liikennemyymälöiden palveluita. Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta toimii keskusliikkeenä kaikille osuuskaupoille ja kehittää kaikkia SOK:n ketjuja. SOK ja tähän kuuluvat tytäryhtiöt muodostavat SOK-yhtymän, joka harjoittaa matkailu- ja ravitsemiskauppaa myös ulkomailla; Baltiassa sekä Venäjällä Pietarissa. (Skanavan www-sivut 2016.)

Yöpymiset S-ryhmän hotelleissa kerryttävät S-bonusta ja omistajana saa aina verkosta varatessa -10 % päivän hinnasta ja myyntipalveluiden kautta varatessa seitsemän prosenttia alennusta päivän hinnasta. Lisäksi Sokos Hotelleilla on omistajille ja ennakkomaksajille erikoishintoja. Ennakkomaksajana viimeistään seitsemän vuorokautta ennen varattaessa omistajat saavat 20 %

alennusta päivän hinnasta. Viimeistään 14 vuorokautta ennen varatessa alennus on 25 % päivän hinnasta, kun yöpyy samalla kertaa vähintään kaksi vuorokautta. Bonukset kertyvät ainoastaan Sokos Hotellien omien myyntikanavien kautta varatuista yöpymisistä. (Sokos Hotellien [www-sivut 2016.](#)) Original Sokos Hotel Villan nimi juontaa juurensa Tampereen eri tekstiilien ja puuvillan tuotannon vahvoihin perinteisiin. Yksi tärkeimmistä Villan sisustuselementeistä on hotellin nimen mukainen villa. Jokaisessa huoneessa on aito villahuopa ja lampaat ovat esillä hotellin sisustuksessa. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#))

Villassa on 99 huonetta, joihin lukeutuu standardi ja superior-huoneiden lisäksi kaksi esteetöntä huonetta, joihin on turvallinen kulku pyörätuolilla, neljä junior sviittiä sekä kaksikerroksinen tornisviitti. Standardiluokan huone on Sokos Hotel Villan perushuonetyyppi, joita hotellissa on eniten. Superior-luokan huone on standardiluokkaista huonetta hieman tasokkaampi. Superior-huoneet eroavat standardihuoneista siten, että superior-huoneissa on minibaari, vedenkeitin, kahvituotteita, kylpytakki, kylpytossut sekä hieman enemmän suihkutuotteita ja huoneet ovat hieman tilavampia. Junior sviitissä on iso parisänky, kaksi televisiota ja oma sauna. Tornisviitti on Sokos Hotel Villan tasokkain huone, joka on jaettu kahteen kerrokseen ja huoneesta löytyy niin oma sauna kuin kylpyammeikin. Junior sviitteihin sekä osaan kahden hengen standardihuoneista on mahdollista saada yksi tai kaksi lisävuodetta. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#))

Villalla on Green Key -ympäristösertifikaatti (Kuva 1) ja Allergia- ja astmaliiton allergiatunnus. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#)) Green Key -sertifikaatti edistää kestävästä matkailusta, ja asiakkaat voivat näin hotellivalinnoillaan pienentää omia hiilijalanjälkiään. Green Keyn kriteereihin kuuluvat muun muassa veden- ja energiansäästö sekä jätteiden vähentäminen. Green Keyn myöntämisestä vastaa Green Key -tuomaristo, joka koostuu muun muassa Suomen Ympäristökasvatuksen Seuran ja Suomen luonnonsuojeluliiton edustajista. (Green Key Finlandin [www-sivut 2016.](#))





Kuva 1. Green Keyn logo (DestiNetin www-sivut 2017).

Villassa Green Key -sertifikaatti näkyy hotellin jokapäiväisessä toiminnassa. Asiakkaita kehoitetaan esimerkiksi jättämään pyyhkeensä lattialle pesua varten, muuten pyyhkeitä ei pestä päivittäin. Tällä pyritään säästämään vettä ja energiaa. Jokaisessa huoneessa valot syttyvät ainoastaan, jos huonekortti on sille tarkoitettussa kytkimessä. Tällä pyritään siihen, että asiakkaan lähtiessä huoneesta huoneeseen ei jää valoja päälle, ja sähköä ei kuluteta turhaan.

Allergia- ja astmaliiton allergiatunnuksen saaminen edellyttää puolestaan muun muassa tupakointikieltoa, hyvää ilmanvaihtoa, pölyä keräämättömiä pinta- ja sisustusmateriaaleja sekä hajusteettomia siivousvälineitä (Allergia- ja astmaliiton www-sivut 2016). Villassa allergiatunnus näkyy monella tavalla: siivoukseen käytettävät pesuaineet ovat hajusteettomia, sisustusmateriaalit pölyä keräämättömiä, hotellissa on erilliset lemmikkihuoneet ja ilmanvaihdon suodattimet puhdistetaan säännöllisesti.

### 3.1 Sokos Hotels -ketjun ja Original Sokos Hotel Villan historia

Sokos Hotels -ketju on perustettu vuonna 1974 ja ketju juhli vuonna 2014 40-vuotista taivaltaan. Sokos Hotellit ovat kokeneet suuria muutoksia 40-vuotisen matkansa varrella. 1970-luvulla Sokos Hotelleissa oli lukuisia ammattinimikkeitä mukaan lukien muun muassa piccolo, portieeri, pääemäntä, saunottaja ja hovimestari. 70-luvulla kaikissa hotellihuoneissa ei vielä ollut omia WC- ja kylpytiloja. 1980-luvulla matkustus lisääntyi elintason noustessa

ja rahaa liikkui hotellimarkkinoilla yhä enemmän. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#))

1990-luvun alussa lama vallitsi koko Suomessa ja hotelleilla oli vaikeaa, henkilökuntaa karsittiin ja uudet investoinnit laitettiin jäihin. 90-luvun puolivälissä yhteistyö huvipuistojen ja muiden elämysyritysten kanssa alkoi ja vapaa-ajanmatkustus lisääntyi. 2000-luvulla ketju laajensi myös ulkomaille ja ensimmäiset Sokos Hotellit avattiin Suomen rajojen ulkopuolelle Venäjälle ja Viroon. 2010-luvulla Sokos Hotels koki valtavan uudistuksen, kun vuonna 2012 lanseerattiin ensimmäinen Solo by Sokos Hotels hotelli. Solo-hotellien jälkeen uudistukset jatkuivat, jolloin lanseerattiin Break ja Original by Sokos Hotels -hotellit. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#))

Original Sokos Hotel Villa on vuonna 1991 avattu hotelli Tampereen rautatieaseman kupeessa. Villa on rakennettu entiseen viljamakasiiniin ja hotellin jokaisessa huoneessa näkyy suunnittelijan yksilöllinen kädenjälki. Hotellirakennus on rakennettu vuonna 1926 ja se on suojelukohde, joten hotellin julkisivu on säilynyt ennallaan kaikki nämä vuodet. Hotelli uudistettiin täysin vuonna 2011 ja uudistuksen jälkeen hotellin sisustusratkaisut ovat keränneet kiitosta, muun muassa siitä, miten hotellissa on onnistuttu yhdistämään sekä uutta että vanhaa. Ihastusta herättivät myös viljamakasiinin alkuperäiset tiiliseinät, jotka on säilytetty hotellin sisustuksessa. Vuonna 2011 toteutetusta sisustuksesta vastasi Sisustusarkkitehdit Gullstén-Inkinen Oy. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016.](#))

### 3.2 S-Card työmatkustuskortti

S-ryhmän hotelleilla ja ravintoloilla on oma S-Card työmatkustuskortti, joka kerryttää pisteitä jokaiselta yöpymiseltä. S-Cardia voi hyödyntää yli 500 eri toimipaikassa ympäri Suomen. S-Card kerryttää jokaiselta yöltä 12 euron arvoisen ateriaedun sekä S-pisteitä kaikista ostoista. S-pisteitä kertyy kahdesta kahdeksaan prosenttia oston hinnasta ja yksi piste vastaa yhtä euroa. S-pisteitä voi käyttää kaikissa S-Cardiin kuuluvissa S-ryhmän toimipisteissä.

Ateriaedun ja pisteiden lisäksi S-Cardilla perheenjäsen ja lemmikki majoittuvat veloitusetta. Hintaan kuuluu myös veloitukseton iltapäivälehti jokaisella yöpymisellä. Näiden valtakunnallisten etujen lisäksi S-Cardiin kuuluu runsaasti paikallisia ja toimipaikkakohtaisia etuja, kuten alennusta pysäköinnistä, ruokajuomista tai liikennemyymäläostoksista. S-Cardin vuosihinta on 25 euroa, mutta kortti maksaa itsensä takaisin jo parissa yössä. (Sokos Hotelsin www-sivut 2016.)

S-Cardissa on kaksi eri tasoa: perustaso ja premium-taso. Jäsenyys päivittyy korkeammalle premium-tasolle, kun S-Card -ostot ylittävät joko 7000 euroa tai 30 majoitusvuorokautta voimassaolovuoden aikana. Premium-tason S-Card asiakkaana edut lisääntyvät ja perustason etujen lisäksi asiakas saa saatavuuden mukaan huoneluokan korotuksen veloituksetta sekä vuosimaksuttoman jäsenyyden. (Sokos Hotelsin www-sivut 2016.)

#### 4 MAJOITUSTOIMINTA

Majoitustoiminnalla tarkoitetaan ammattimaisesti toteutettavaa majoitustilojen tarjoamista henkilöille, jotka tarvitsevat tilapäisen majoituksen. Hotellit voidaan jaotella koon, tason, omistuspohjan, kohderyhmän ja sijainnin mukaan. Koon mukaan jaoteltaessa suurissa hotelleissa on yli 100 huonetta, keskisuurissa yli 50 huonetta ja pienissä alle 50 huonetta. Sijainnin mukaan hotellit voivat olla esimerkiksi lomahotelleja, lentokenttähotelleja tai keskustahotelleja. Kohderyhmän mukaan on olemassa muun muassa gasthauseja eli majataloja, säästöhotelleja ja liikemieshotelleja. Säästöhotellien asiakaskuntaan kuuluvat budjettimatkustajat, kuten nuoret interreilaajat. Liikemieshotellien asiakaskuntaan kuuluvat erityisesti työmatkustajat. Hotellit voivat olla joko osuustoiminnallisessa tai yksityisessä omistuksessa. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 22-24.) Original Sokos Hotel Villa on keskisuuri hotelli ja keskustahotelli. Sokos Hotel Villan kohderyhmään kuuluvat niin liikemiehet kuin vapaa-ajan matkustajat.

#### 4.1 Hotelliketjut

Hotelliketjulla tarkoitetaan hotellien yhteenliittymää, jossa ketjuun kuuluvilla hotelleilla on sama tausta. Hotelliketjulle tyypillistä on myös se, että kaikki ketjuun kuuluvat yksiköt ovat yhden ja saman yrityksen omistuksessa. Hotelliketjut asettavat toiminnalleen useimmiten tietyn tason, joka heidän tarjoamien palvelujen tulee ylittää. Tällöin asiakas tietää, minkä tasoista palvelua odottaa hyödyntäessään saman ketjun eri yksiköitä. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 34.)

Asiakas tunnistaa ketjun hotellit nimen lisäksi myös yhteisestä liikemerkistä, joka sitoo hotellit yhteen. Kaikki ketjun hotellit toimivat saman liikeidean mukaan yhteisen taustaorganisaation tuella. Samaan ketjuun kuuluvat hotellit käyttävät myös yhteistä markkinointia, jolloin markkinointikustannukset vähenevät. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 34.) Sokos Hotelleilla on käytössä punainen logo, jossa on valkoisella fontilla muotoiltu S-kirjain. Lisäksi huoneita kaikkiin Sokos Hotelleihin voi varata heidän omilta verkkosivuiltaan osoitteesta sokshotels.fi.

#### 4.2 Hotellihuone

Hotellin ydintuote on hotellihuone, jonka hinta-laatu -suhteen on oltava asiakkaalle suotuisa ja palvelun kunnossa, jotta asiakas palaa uudelleen. Hotellihuoneen tulee olla perusvarustelultaan hyväkuntoinen ja siisti, jotta asiakas tuntee olonsa tervetulleeksi. Huono palvelu vaikuttaa heti asiakkaan kokeemukseen ja hän alkaa etsiä hotellihuoneesta virheitä. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 44-46.)

Hotellihuoneen viihtyisyyteen ja samalla myös asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat huoneen sisustus, värit, pohjaratkaisu, valaistus, ympäristöystävällisyys, äänieristys sekä näkymät huoneesta. Huoneen pohjaratkaisun tulee olla toimiva, jotta asiakas voi liikkua ja toimia huoneessa ilman ahtauden tunnetta. Huoneen sisustukseen vaikuttavat huonekalujen ajattomuus, jolloin

huonekaluja ei tarvitse olla uusimassa joka toinen vuosi. Lisäksi on tärkeää, että sisustuksessa käytettävät huonekalut ovat helposti puhdistettavissa. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 57-59.)

Villassa sisustukseen on kiinnitetty erityistä huomiota vuoden 2011 remontin yhteydessä ja Villa sijoittui kuuden parhaan joukkoon kansainvälisessä Interior Design Awards 2011 -kilpailussa. (Sokos Hotel Villa pääsi... 2011). Interior Design Awards järjestetään vuosittain ja ensimmäisen kerran se on järjestetty vuonna 1998. Kilpailussa palkitaan maailman parhaat sisustusprojektit omissa kategorioissaan. (Interior Design Awardsin www-sivut 2016.) Villassa erityisesti ihastuttivat hotellin huoneissa sijaitsevat Mikko Laakkosen suunnittelemat keinutuolimalliset tuolit sekä Mummon Kammarin jäsenten käsinkudotut torkkupeitot. (Sokos Hotelsin www-sivut 2016.) Mummon Kamhari on vuonna 1989 perustettu vanhustyön keskus, joka tarjoaa vapaaehtoista vanhustyötä. (Mummon Kammarin www-sivut 2017.)

Huoneen viihtyvyyteen vaikuttaa myös huoneen valaistus. Huoneessa tulee olla riittävä valaistus esimerkiksi työskentelyyn. Hotellissa hyödynnetään erilaisia valaisimia yleisen viihtyvyyden lisäämiseksi tavallisen yleisvalaistuksen sijaan. Valaistukseen liittyy olennaisesti myös huoneessa käytettävät värit. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 60-62.) Villassa huoneiden värimaailma on vaalea ja huoneissa on useita pienempiä valaisimia.

Hyvä äänieristys edesauttaa rauhallista hotellivierailua ja hyviä yöunia. Myös huonenäkymän voidaan katsoa liittyvän huoneen viihtyisyyteen ja näkymiä voidaan parantaa esimerkiksi kukkaistutuksilla ja ulkovaloilla. Ympäristöystävällisyydellä viihtyisyydessä tarkoitetaan esimerkiksi itse säädettävää ilmastointia tai sähköjä säätelevää huonekortinlukijalaitetta. Ympäristöystävällisyyteen liittyy oleellisena osana myös jätteiden lajittelu. Ympäristöystävällisen hotellin huoneiden roskakoreissa on omat lokeronsa esimerkiksi biojätteille. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 62-64.) Original Sokos Hotel Villan huoneiden roskakorit noudattavat tätä ympäristöystävällistä linjaa, sillä huoneiden roskakoreissa on oma lokeronsa biojätteille. Tänä päivänä ympäristökysymykset

ovat nousseet suureksi puheenaiheeksi ja asiakkaat kiinnittävät niihin aiempaa enemmän huomiota.

#### 4.3 Hotelliaamiainen

1960-luvulla Sokos Hotellien aamiainen oli huomattavasti yksinkertaisempi kuin tämän päivän monipuoliset ja runsaat aamiaisbuffetit. Tuolloin aamiainen koostui kahvista tai teestä, voileivästä ja kananmunasta. Aamiaiset monipuolistuivat 1960-luvun lopulla, jolloin aamiaisella tarjoiltiin muun muassa pekonia, puuroa, leikkeleitä, hedelmiä, myslä ja jogurttia. Tämän päivän aamiainen perustuukin hyvin pitkälti 60-luvun lopun hotelliaamiaisen kokemuksiin. 2000-luvun aamiaisuutuuksiin lukeutuvat luomu- ja lähiruoka, erikoiskahvit sekä smoothiet. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016](#).) Smoothiella tarkoitetaan tehosekoittimella tehtyä juomaa, jonka valmistuksessa voidaan käyttää marjoja, hedelmiä, vihanneksia ja kasviksia.

Original Sokos Hotel Villan aamiainen tarjoillaan hotellin vieressä sijaitsevan Solo Sokos Hotel Tornin tiloissa. Kulku Tornin aamiaiselle tapahtuu osin Tullintorin ostoskeskuksen kautta, joka johtaa Villan ja Tornin välissä sijaitsevaan parkkihalliin, jonka läpi Villan asiakkaat kulkevat Tornin aamiaiselle. Sunnuntaisin ostoskeskuksen ollessa suljettuna ja aikaisin aamulla ennen ostoskeskuksen aukeamista kulku tapahtuu koko matkalta ulkokautta.

Solo-hotellien aamiaiseen on panostettu. Kahvi tarjoillaan asiakkaille suoraan pöytiin ja asiakkaila on valittavissa niin tumma- kuin vaaleapaahteista kahvia. Lisäksi Solo-aamiaisella on nähtävissä paikallisuus. Hotellin aamiaisella 2000-luvun lähiruokatrendi on nähtävissä, sillä aamiaisella tarjoillaan itse hotellissa paikanpäällä leivottua leipää sekä paikallisia tuotteita, kuten tampere-laista mustamakkaraa. (Sokos Hotelsin [www-sivut 2016](#).) Perinteinen mustamakkara valmistetaan sianlihasta, ryynistä, verestä ja jauhosta. (Tapolan [www-sivut 2016](#)). Mustanmakkaran lisäksi tarjolla on muun muassa puuroa, kylmiä ja lämpimiä ruokatuotteita, hedelmiä ja erilaisia muroja.

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Monesti uskotaan, että kaikessa yksinkertaisuudessaan asiakas on tyytyväinen, jos hän saa sitä, mitä haluaa. Päinvastoin asiakas on tyytymätön, jos hän ei saa sitä, mitä hän haluaa. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa, sillä asiakastyytyväisyys ei ole näin yksinkertaista. (Szwarc 2005, 4-5.) Asiakkaan tullessa hotelliin, hän haluaa hotellihuoneen. Vaikka asiakas saisi hotellihuoneen, hän voi silti olla tyytymätön esimerkiksi palveluun tai itse huoneeseen, sillä asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa todella moni tekijä. Näitä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä tarkastellaan hieman myöhemmin tässä luvussa.

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan kokemaa tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden tunnetta, joka muodostuu hänen käyttämän tuotteen tai palvelun jälkeen. Monesti palveluun tai tuotteeseen liittyvästä laadusta ja tyytyväisyydestä puhutaan samana asiana. Näin ei kuitenkaan ole, sillä laatu on ainoastaan yksi monista asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista asioista. Jotta yritys voi vaikuttaa asiakkaiden kokemaan tyytyväisyyteen, yrityksen tulee kartoittaa, mitkä ovat ne asiat yrityksen tarjoamissa palveluissa, mitkä saavat asiakkaat kokemaan tyytyväisyyden tunnetta. Yrityksen asiakastyytyväisyyden parantamisessa ainoastaan tyytyväisyyden kartoitus ei riitä, sillä suurin paino on toiminnalla, jolla asiakastyytyväisyyttä pyritään parantamaan. (Ylikoski 2001, 149.) Tässä opinnäytetyössä asiakkaan ostama tuote (hotellihuone) on olennainen osa palvelua. Asiakkaat arvioivat tyytyväisyyttään henkilökunnan tarjoamaan palveluun hotellin vastaanotossa sekä majoituspalveluihin sisältyviin palvelutuotteen osiin, hotellihuoneeseen sekä aamiaiseen.

Asiakastyytyväisyys on yrityksen kilpailuvaltti, sillä tyytyväinen asiakas kertoo hyvistä kokemuksista lähipiirilleen. Jos taas palvelu on huonoa ja asiakas on tyytymätön, asiakas kertoo negatiivisista kokemuksistaan eteenpäin ja se vaikuttaa yrityksen toimintaan. Asiakas haluaa tulla kuulluksi ja hän haluaa, että hänet otetaan tosissaan. Kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palve-

luun, hän todennäköisesti palaa takaisin ja näin myös kanta-asiakkaiden määrä lisääntyy. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 166.)

Jos asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluun tai tuotteeseen, he useimmiten haluavat jatkaa asiakassuhdetta. Erittäin tyytyväinen asiakas palaa aina uudelleen ja tekee monia uusintaostoja. Kuitenkin, vaikka asiakas on tyytyväinen, hän ei välttämättä palaa takaisin, vaan miettii myös muita vaihtoehtoja. On tärkeää huomata ero tyytyväisen ja erittäin tyytyväisen asiakkaan välillä, sillä heidän toimintatapansa eroavat toisistaan erittäin suuresti. Asiakkaan tulee voida luottaa yritykseen täysin, jotta hän voi olla erittäin tyytyväinen. (Grönroos 2009, 177-178.) Näin ollen tulisi aina pyrkiä erittäin tyytyväiseen asiakkaaseen, sillä tyytyväinen asiakas ei välttämättä aina riitä.

Palvelun ollessa heikkoa, se aiheuttaa ongelmia niin palveluntarjoajalle kuin myös asiakkaalle. Hyvä palvelu luo asiakkaalle luottamuksen tunteen ja lisää asiakastyytyväisyyttä. Hyvä ja laadukas palvelu vaikuttaa myös asiakasuskollisuuteen ja edistää asiakkaan myönteistä kuvaa yrityksestä. (Grönroos 2009, 191-200.) Asiakas on tyytymätön, jos hän kokee, ettei ole saanut laadukasta palvelua tai hänen mielikuvansa eivät ole vastanneet hänen odotuksiaan. Hotellin tulisi pyrkiä ylittämään asiakkaiden odotukset tuottaakseen tyytyväisiä asiakkaita. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 183.) Asiakkaiden odotukset voidaan ylittää monella tavalla. Asiakkaiden odotuksien ylittämisessä on monesti kyse pienistä teoista. Asiakas on voinut unohtaa esimerkiksi puhelimensa laturin kotiin ja hän saa vastaanotosta lainaan ylimääräisen laturin. Tällöin asiakkaan odotukset ovat ylittyneet ja tuloksena on tyytyväinen asiakas.

Asiakastyytyväisyys on Sokos Hotels -ketjussa ja näin ollen myös Original Sokos Hotel Villassa hyvin tärkeä asia. Sokos Hotelleissa henkilökuntaa kannustetaan yksilöllisiin ja luoviin ratkaisuihin asiakaspalvelutilanteissa. Lisäksi henkilökuntaa kannustetaan tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa. Hotelliketjussa puhutaan "sankariteoista", joiden tarkoituksena on pyrkiä ylittämään asiakkaiden odotukset pienillä teoilla. Tällaisia tekoja ovat esimerkiksi lasten hotelliin unohtamien lelujen palauttaminen matkakertomuksen kera. (Palvelu on Sokos Hotellien... 2015.)



On muistettava, että asiakastyytyväisyyden kartoituksen tulisi olla jatkuvaa, jotta siitä saadaan suurin hyöty. Lisäksi kartoituksen jälkeen tulisi suorittaa jonkinlaisia toimenpiteitä asiakastyytyväisyyden lisäämiseksi ja tehdä kartoituksia, kuinka nämä tehdyt toimenpiteet ovat vaikuttaneet asiakkaiden tyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyyskyselyn ja tulosten analysoinnin jälkeen tulee ratkaista, minkälaisiin toimenpiteisiin saatujen tuloksien perusteella ryhdytään. Tulosten analysoinnin jälkeen on hyvä laatia toimenpidesuunnitelma, miten asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen jatketaan eteenpäin. (Ylikoski 2001, 150-166.)

Tehtyjen toimenpiteiden ei aina tarvitse olla suuria. Jo pienillä teoilla päästään pitkälle. Yrityksen asiakkaat voivat olla esimerkiksi tyytymättömiä yrityksen tarjoamaan palveluun. He kokevat, että asiakaspalvelijat eivät ole kiinnostuneita heistä ja heidän tarpeistaan. Tähän yritys voi vastata esimerkiksi kouluttamalla asiakaspalvelijoitaan, jolloin he tietävät paremmin, kuinka asiakaskontakteissa tulee toimia. Koulutuksen kautta yrityksen asiakaspalvelun taso paranee ja samalla myös asiakkaiden tyytyväisyys kasvaa.

Yksi asiakastyytyväisyyskysely ei riitä, sillä uusia kartoituksia tarvitaan myös tulevaisuudessa, sillä asiakkaiden kokeman tyytyväisyyden taso vaihtelee. Asiakkaiden tyytyväisyyden parantaminen ei aina ole helppoa ja joskus tarvitaan suuriakin panostuksia. Toimenpiteet asiakastyytyväisyyden parantamiseksi voivat aiheuttaa myös paljon kustannuksia, jolloin on mietittävä kuinka paljon asiakastyytyväisyyden parantamiseen on kannattavaa sijoittaa yrityksen pääomaa. (Ylikoski 2001, 166-167.)

Yrityksessä toteutetun asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen yrityksen henkilökuntaa tulee informoida kyselystä saaduilla tuloksilla, jotta jokainen tietää yrityksen asiakkaiden tyytyväisyystason. Jokaisen yrityksen työntekijän tulee olla sitoutunut asiakastyytyväisyyden tason parantamiseen, jotta tuloksia saadaan aikaan. Kehityskohteiden tunnistamisen jälkeen yrityksessä voidaan esimerkiksi perustaa kehittämisryhmä, jonka tehtävänä on pyrkiä kehittämään tutkimuksessa tunnistettuja kehityskohteita. (Ylikoski 2001, 167-170.)

Asiakkaiden tyytyväisyyskartoitusten lisäksi myös työntekijöiden keskuudessa tulee toteuttaa tyytyväisyyskyselyjä, sillä henkilökunnan työtyytyväisyys tukee myös asiakkaiden kokemaa tyytyväisyyttä. Uusia tutkimuksia tulee tehdä säännöllisesti ja tuoreemman tutkimuksen tuloksia verrata edeltäneen tutkimuksen tuloksiin, jotta saadaan selville, ovatko toteutetut toimenpiteet vaikuttaneet asiakkaiden tyytyväisyyteen. On hyvä kuitenkin muistaa, että ennen uutta asiakastyytyväisyystutkimusta tulee tehdä korjaukset edeltävässä tutkimuksessa ilmenneisiin kulmakohtiin. (Ylikoski 2001, 170.)

### 5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät voivat olla joko järki- tai tunneperäisiä. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat myös aiemmat kokemukset, kuten aiemmin koettu palvelu muissa yrityksissä. Tämän lisäksi muiden ihmisten mielipiteet ja heidän kertomat kokemukset palvelutilanteista vaikuttavat. Muiden ihmisten kokemusten lisäksi yrityksen mainonta vaikuttaa siihen, millaisen kuvan yrityksestä saamme. Mainonnasta saatu mielikuva vaikuttaa siihen, minkä tasoista palvelua odotamme ja tämä taas vaikuttaa asiakastyytyväisyyskokemukseen. (Szwarc 2005, 5-6.)

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat palvelun tai tuotteen konkreettiset ja abstraktit ominaisuudet. Konkreettisena ominaisuutena voidaan pitää hotellissa huoneen varustelutasoa ja abstraktina ominaisuutena asiakkaan kokemaa palvelua esimerkiksi hotellin vastaanotossa. Jokaisella asiakkaalla on jokin tietty tarve, jonka hän haluaa tyydyttää ostaessaan tuotteen tai palvelun. (Ylikoski 2001, 151.)

Asiakkaan käyttäessä ostamaansa tuotetta tai palvelua, hän kokee toiminnallisia ja psykologisia seurauksia. Toiminnalliset seuraukset ovat käytännön seurauksia. Asiakas voi olla esimerkiksi kiinnostunut museoista ja hänen hotellinsa sijaitsee aivan museon vieressä. Tällöin asiakas on tyytyväinen ja museon läheisyys on toiminnallinen seuraus. Psykologinen seuraus voi olla esimerkiksi asiakkaan majoittuessa viiden tähden hotelliin, hänen siitä saa-

mansa olo itsensä arvostamisesta. (Ylikoski 2001, 151-152.) Original Sokos Hotel Villassa esimerkki toiminnallisesta seurauksesta on Tullintorin ostoskeskuksen sijainti aivan hotellin vieressä, jolloin ostoksilla käymisestä nauttiva asiakas kokee tämän toiminnallisena seurauksena.

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat lisäksi palvelun ja tuotteiden laatu sekä hinta. Asiakkaan kokema palvelun laatu muodostuu palveluprosessin sujumisesta ja asiakkaan palvelusta saamasta lopputuloksesta. (Ylikoski 2001, 118, 153.) Asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttavat myös asiakkaan tunteet, kokemukset ja mielialat. Jos asiakkaalla on huono päivä, hän ei suodata palvelutilanteessa olevia mahdollisia virheitä yhtä hyvin verrattuna siihen, jos hän olisi hyvällä tuulella. (Grönroos 2009, 111-112,120.)

Tyytyväisyyteen vaikuttavat jokaisen asiakkaan omat yksilötekijät, kuten asiakkaan luonne. Jokainen palvelutilanne on erilainen ja asiakkailla on hyviä ja huonoja päiviä. Tällaiset tilannetekijät ovat asioita, joihin itse palveluyritys ei voi omalta osaltaan aina vaikuttaa, mutta ne kuitenkin vaikuttavat asiakkaat kokemaan tyytyväisyyteen. Jokaisella asiakkaalla on oma kulttuuritaustansa, joka heijastuu asiakkaan tyytyväisyyteen. (Ylikoski 2001, 153.) Asiakas voi esimerkiksi kokea olevansa tyytymätön, jos hotellin vastaanotossa on ruuhkaa eikä hän saa heti palvelua, jolloin kyse on tilannetekijästä.

Tässä opinnäytetyössä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät on tunnistettu. Asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen kysymyksissä on otettu huomioon teoriassa esiin tulleet tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaiden tyytyväisyyteen. Kyselylomakkeessa asiakkaat arvioivat tässä luvussa esiin tulleita asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, kuten huoneen varustelutasoa (konkreettinen ominaisuus) ja palvelua hotellin vastaanotossa (abstrakti ominaisuus).

## 5.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyydelle on olemassa lukuisia erilaisia mittareita. Asiakkaiden tyytyväisyyttä voidaan mitata esimerkiksi reklamaatioiden eli valitusten, kiitosten ja kehitysehdotusten määrällä. Esimerkiksi reklamaatioiden määrässä on tavoitteena luonnollisesti minimoida reklamaatioiden määrä. Jos reklamaatioita tulee, ne tulee ottaa tosissaan ja käsitellä nopeasti. Reklamaatioita ei tule koskaan ottaa negatiivisesti, vaan yrityksen tulee kokea reklamaatiot mahdollisuutena palveluiden kehittämiseen. On tärkeää osata reagoida saatuun reklamaatioon, sillä jos reklamaatioon ei reagoida, asiakas kokee, että häntä ei ole kuunneltu eikä hän palaa takaisin. Jos reklamaatio hoidetaan nopeasti ja mahdollinen virhe korjataan, asiakas todennäköisesti palaa vielä uudelleen, sillä hän kokee, että hänen tarpeensa otettiin tosissaan. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 166-167.)

Asiakastyytyväisyyttä mitataan usein siten, että verrataan asiakkaan odotuksia ja itse kokemusta keskenään. Jos asiakkaan odotukset eivät toteudu, asiakas on tyytymätön. Asiakastyytyväisyydessä hinnalla on suuri rooli: mitä enemmän tuote tai palvelu maksaa, sitä korkeammat odotukset asiakkaalla on. Jos asiakas saa palvelun edulliseen hintaan, hän on useimmiten helpommin tyytyväinen. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 166-167.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksien avulla pyritään selvittämään asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen tarjoamiin palveluihin ja tuotteisiin. Tutkimukset voivat olla kirjallisia, suullisia tai sähköisiä. Tärkeintä on, että tutkimus on jokaisen asiakkaan helposti saavutettavissa. Ilman asiakastyytyväisyyskyselyjä palautetta ja kehitysideoita ei useimmiten saada kuin ainoastaan suurista onnistumisista tai pettymyksistä. Asiakastyytyväisyyskyselyiden avulla on tarkoitus saada tietoon pienemmätkin positiiviset ja negatiiviset kokemukset, jotta yrityksen toimintaa voidaan aina edelleen kehittää. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 168-170.)

## 6 PALVELU

Palvelulle tyypillistä on sen aineettomuus ja toiminnallisuus. Palvelun aineettomuudella tarkoitetaan sitä, että asiakas ei saa itselleen mitään konkreettista tuotetta. Palvelussa asiakas on itse osana palvelutapahtumaa. Palvelutilanteen voi käydä läpi vain kerran eikä sitä voi jälkikäteen muuttaa tai korjata. Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa moni asia, kuten aikaisemmat kokemukset ja ennakko-odotukset. Erilaiset ihmiset kokevat palvelun eri tavalla riippuen esimerkiksi siitä, millaista palvelua he ovat tottuneet saamaan. (Eräsalo 2011, 12-13.) Palvelu on prosessi, joka koostuu erilaisista toiminnoista (Grönroos 2009, 79).

Jokainen meistä käyttää lähes joka päivä joitakin palveluja ja toiset palvelut ovat meille tutumpia kuin toiset. Palvelun kohteena voi olla joko ihmisen mieli tai keho. Ihmisen lisäksi palvelun kohteena voi olla jokin tavara, kuten pesulassa matto. Palvelun kohde voi olla myös aineeton, kuten asianajajan tarjoama palvelu. Majoituspalveluissa kyseessä on ihmisiin ja heidän kehoonsa kohdistuva palvelu. Majoituspalveluissa asiakkaan on oltava mukana palvelun tuottamisessa, jotta palvelu toteutuu. (Ylikoski 2001, 17-29.)

Asiakas luo ensivaikutelman hotellista sisäänkirjautumisen yhteydessä. Asiakas alkaa luoda mielipidettään hotellista saadessaan ensimmäistä kertaa palvelua hotellissa. Ensivaikutelma on tärkein osa asiakastyytyväisyyden rakentumisessa. Huono ensivaikutelma luo asiakkaalle hankalan pohjan rakentaa tyytyväistä asiakassuhdetta. (Alakoski, Hörkkö, Lappalainen 2006, 89-91.) Tässä opinnäytetyössä palveluun sisältyy niin hotellin vastaanotossa tarjottava palvelu, kuin myös hotellihuone sekä aamiainen.

Palvelu tapahtuu aina vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Asiakkaan kokemana palvelu vaikuttaa hänen tyytyväisyyskokemukseensa. (Eräsalo 2011, 14.) Jos asiakas on yrittänyt ottaa useasti yhteyttä hotelliin tuloksetta ennen saapumistaan hotellille, tämä vaikuttaa hänen tyytyväisyyskokemukseensa, vaikka vierailu hotellissa sujuisi muuten moitteettomasti. Palvelu on myös ai-

na myyntityötä. Myyntiä tapahtuu asiakaspalvelutilanteissa jatkuvasti. Lisämyynnin tekeminen voi vaikuttaa myös asiakkaan tyytyväisyyteen, sillä asiakas ei välttämättä ole tietoinen kaikista hotellin tarjoamista lisäpalveluista. (Eräsalo 2011, 15.) Esimerkiksi hotellissa vastaanottovirkailija voi myydä asiakkaalle lisäpalveluna muun muassa kylpytakkeja ja kylpytossuja.

Asiakkaat eivät lähde ostamaan ainoastaan tuotetta tai palvelua, vaan he haavevat tuotteiden ja palveluiden kautta jotakin hyötyä. Palvelun arvo muodostuu asiakkaan arvotuotantoprosessissa samanaikaisesti, kun palvelu luodaan ja kulutetaan. Jokainen palvelutapaaminen, esimerkiksi hotellin vastaanotossa on oma prosessinsa. Useat palvelutapaamiset ja prosessit muodostavat asiakassuhteen. (Grönroos 2009, 25-30.) Asiakkaita tulee kohdella aina yksilöinä, sillä jokaisella asiakkaalla on oma persoona ja jokainen asiakas on erilainen. Asiakkaan persoonallisuuteen vaikuttavat muun muassa koulutus, arvot, elintavat ja asenteet. (Eräsalo 2011, 26-27.)

## 6.1 Asiakaspalvelijan rooli palvelutapahtumassa

Asiakaspalvelijan tulee olla luottamuksen arvoinen. Asiakaspalvelijan tehtävä on luoda asiakkaalle elämyksiä. Puhuttaessa palveluelämyksestä useimmiten pienet asiat nousevat esiin. Monet asiakkaat arvostavat pientä jutustelua. Asiakaspalvelijan iloisuus ja positiivinen asenne jäävät myös mieleen. Toiset arvostavat erilaisia asioita ja asiakasta on osattava lukea. Asiakkaan lukeminen yhdistettynä oikeanlaiseen palveluun edesauttaa asiakkaan tyytyväisyyden syntymistä. (Aarnikoivu 2005, 82-86.)

Asiakaspalvelija toimii asiantuntijatehtävissä ja hänen tulee asettaa käytöksensä hänen työroolinsa mukaiseksi. Asiakaspalvelija on usein ensimmäinen henkilö, jonka asiakas kohtaa yrityksessä ja asiakaspalvelija edustaa näin ollen yritystä, jolle työskentelee. Asiakas on tyytyväinen asiakaspalvelijan toimintaan, kun asiakaspalvelija arvostaa asiakasta ja näyttää arvostuksensa asiakkaalle sanojen lisäksi myös elein ja konkreettisoin teoin. (Eräsalo 2011, 14.)

Palvelutapahtuman tarkoitus on auttaa asiakasta ja täyttää hänen tarpeensa. Palvelutapahtumassa asiakaspalvelija siirtää asiakkaan ostaman palvelun tai tuotteen asiakkaalle tämän käytettäväksi. (Eräsalo 2011, 12.) Tässä tapauksessa asiakas saapuu hotelliin, sillä hänellä on tarve saada majoituspaikka ja hotellin vastaanottovirkailija toimii asiakkaan ostaman tuotteen, hotellihuoneen, siirtäjänä asiakkaan käyttöön.

Onnistuneen asiakaspalvelutilanteen ja onnistuneiden kauppojen alkupiste on asiakkaan mieltyminen asiakaspalvelijaan. Asiakas haluaa tehdä yhteistyötä asiakaspalvelijan kanssa ja ostaa häneltä tuotteita, kun asiakaspalvelija voittaa asiakkaan puolelleen. (Ojanen 2013, 39-40.) Varsinaisen palvelun lisäksi palvelutilanteeseen ja asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttaa asiakaspalvelijan sanaton palvelu. Sanattomalla palvelulla tarkoitetaan esimerkiksi asiakaspalvelijan ilmeitä, eleitä, katsekontaktia ja kehon asentoa. Asiakaspalvelijan on oltava helposti lähestyttävä ja asiakkaan on vaikea lähestyä esimerkiksi kädet puuskassa seisovaa asiakaspalvelijaa. Asiakaspalvelija ei saa näyttää välinpitämättömältä tai ylimieliseltä. Asiakaspalvelutyössä asiakaspalvelija on esiintyjän roolissa, jolloin sanaton palvelu kertoo asiakaspalvelijan palveluntahdosta ja suhtautumisesta myytäviin tuotteisiin. (Valvio 2010, 108-115.)

## 6.2 Asiakkaan palvelupolku

Tässä tutkimuksessa asiakkaan palvelupolku alkaa asiakkaan saapuessa hotelliin ja päättyy asiakkaan aamiaisen nauttimiseen. Tutkimuksen palvelupolku rajataan koskemaan ainoastaan asiakkaan hotellissa viettämää aikaa. Asiakkaan hotellissa viettämä aika kattaa vastaanoton, hotellihuoneen sekä aamiaisen.

Palvelupolulla tarkoitetaan asiakkaan kulkemaa polkua yrityksessä eli kaikkia niitä palveluja ja tuotteita, joiden kanssa asiakas on vierailunsa aikana tekemisissä. Palvelupolku sisältää kaikki fyysiset tilat, joissa asiakkaalle tarjotaan tuotteita tai palveluja. Palvelupolkuun vaikuttavat palvelun ja fyysisten tilojen

lisäksi tuoksut, äänet, asiakaspalvelijoiden käytös sekä ulkoasu. Palvelupolkuun kuuluvat ne kaikki palvelut, joita asiakas hotellissa vieraillessaan hyödyntää. (Manninen & Ugas 2012, 6.)

Tavallisesti asiakkaan palvelupolku alkaa jo ennen kuin asiakas saapuu hänen varaamaansa palveluun. Asiakas etsii tietoa Internetistä ja on mahdollisesti yhteydessä palveluntarjoajaan jo ennen saapumistaan. Palvelupolku ei vielä pääty asiakkaan poistuessa palveluntarjoajan luota, vaan hän voi muistella kokemaansa palvelua ja antaa palvelusta palautetta vielä kotiin paluun jälkeenkin. (Manninen & Ugas 2012, 35.) Tässä tapauksessa asiakas voi olla yhteydessä hotelliin jo ennen saapumistaan, hän voi varata huoneen Internetistä tai soittaa hotellille kysyäkseen hotellin tarjoamista palveluista. Asiakkaan kirjautuessa ulos hotellista, hänen palvelupolkunsa ei pääty, vaan hän voi kirjata palautetta Sokos Hotelsin www-sivujen kautta, jolloin hänen palvelupolkunsa päättyy vasta palautteen kirjaamisen jälkeen.

Tässä opinnäytetyössä palvelupolun ensimmäisessä vaiheessa asiakas saapuu hotelliin ja kirjautuu sisään. Asiakas arvioi tyytyväisyytään vastaanotossa saamaansa palveluun. Toisessa vaiheessa asiakas arvioi tyytyväisyytään hotellihuoneeseen. Tässä vaiheessa asiakas arvioi tyytyväisyytään muun muassa siihen, millaisen ensivaikutelman hän saa huoneesta. Palvelupolun kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa asiakas arvioi tyytyväisyytään aamiaiseen kokonaisuutena: oliko aamiainen helposti saavutettavissa, miten aamiaisen monipuolisuus onnistui ja olivatko tilat siistejä.

## 7 TUTKIMUKSEN KULKU

Tutkimusprosessi alkoi keväällä 2016 aiheanalyysin ja tutkimussuunnitelman laatimisella. Varsinainen opinnäytetyö alkoi kesällä 2016 teoriaosuuden kirjoittamisella. Teoriaosuus valmistui kesän ja syksyn 2016 aikana, jonka jäl-



keen kirjoitettuun teoriaan pohjautuen laadin kysymykset asiakastyytyväisyyskyselyyn. Laadin kyselylomakkeen (Liite 1) lokakuussa 2016, jolloin lomaketta testattiin kahdella henkilöllä, jotka olivat yöpyneet Original Sokos Hotel Villassa kuluneen vuoden aikana. Kyselylomake todettiin toimivaksi ja testauksen jälkeen lomakkeeseen ei tehty muutoksia. Lomakkeet olivat jaossa hotellilla marras-joulukuussa 2016. Yhteensä lomakkeet olivat hotellissa jaossa hieman alle kahdeksan viikkoa.

## 7.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen toteuttamisen menetelmä on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Määrällisen tutkimuksesta tekee se, että asiakas arvioi asiakastyytyväisyyskyselyssä tyytyväisyyttään hotelliin ja sen tarjoamaan palveluun numeerisella asteikolla. Asteikon toisessa ääripäässä vastaaja on erittäin tyytymätön ja toisessa päässä erittäin tyytyväinen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa saatua aineistoa käsitellään tilastollisessa muodossa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 139-140.) Kvantitatiivinen tutkimus vastaa muun muassa kysymyksiin "miten usein?" ja "kuinka paljon?" (Vilkka 2007, 13).

Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä on sen objektiivisuus eli tutkija ei vaikuta tutkimustuloksiin. Lisäksi kvantitatiiviselle tutkimukselle on yleistä, että vastaajien määrä on suuri. Havaintoyksiköiden eli vastaajien määräksi suositellaan vähintään 100 vastausta. Joissakin tutkimuksissa vastaajia voi kuitenkin olla jopa tuhat. Mikäli vastaajia ei ole tarpeeksi, havaintojen muodostaminen kerätystä aineistosta hankaloituu. (Vilkka 2007, 13-17.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa voidaan kerätä kyselyllä, haastattelulla tai systemaattisella havainnoinnilla. Kyselyssä jokaiselta vastaajalta kysytään samat kysymykset samassa järjestyksessä. Kvantitatiivisen tutkimuksen haastattelussa käytetään lomaketta, eli tutkija kysyy kysymyksiä vastaajilta, mutta kirjaa tulokset itse lomakkeeseen. Systemaattisessa havainnoinnissa puolestaan hyödynnetään eri aisteja, kuten kuulo- ja näköaistia. Tässäkin aineistonkeruutavassa tutkija on etukäteen suunnitellut lomakkeen,

johon hän kerää havaintojansa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan myös käyttää valmiita aineistoja uusien aineistojen keräämisen sijaan. Tällaisia aineistoja ovat muun muassa Tilastokeskuksen tarjoamat tilastot ja erilaiset asiakasrekisterit. (Vilkkä 2007, 28-30.)

Tässä tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä käytetään kyselyä. Päädyin kyselymenetelmään, sillä kyselylomakkeen avulla saadaan kerättyä tietoja suurelta joukolta ihmisiä samanaikaisesti. Jotta saadut tulokset ovat luotettavia, tarvitsen useita vastaajia. Hotellissa yöpyy paljon asiakkaita, joten haastatteluiden järjestäminen heille kaikille ei olisi ollut mahdollista. Asiakkaiden tyytyväisyyttä ei voi myöskään tutkia havainnointimenetelmällä, joten se oli poissuljettu vaihtoehto.

Tutkimuksessa on myös laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen piirteitä, sillä jokaisen aihealueen jälkeen asiakas voi vastata lisäkysymykseen, mikäli hän on vastannut olleensa tyytymätön tai erittäin tyytymätön. Lisäkysymyksessä selvitetään, mitkä seikat ovat vaikuttaneet asiakkaan tyytymättömyyteen. Lisäksi kyselyn lopussa on yksi avoin kysymys, jossa asiakas voi jättää vapaasti risut ja ruusut Sokos Hotel Villalle. Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä, että asiakas ei vastaa suoraan annettujen vastausvaihtoehtojen pohjalta, vaan hän saa itse avoimesti kertoa omista kokemuksistaan. (Heikkilä 2014, 15-16).

## 7.2 Kyselylomake aineistonkeruumenetelmänä

Kyselylomakkeen historia juontaa juurensa 1920-luvulle, jolloin tutkimuksissa yleistyivät tilastolliset menetelmät tulosten analysoinnissa (Valli 2015, 84). Kyselyä laadittaessa on erityisen tärkeää muotoilla kysymykset niin, että kysymystä ei voi ymmärtää monella eri tavalla. Kysymysten tulee olla selkeitä ja yksiselitteisiä. Jos kysymykset ovat vääränlaisia ja monella eri tavalla tulkittavissa, tutkimus ei onnistu, sillä tällöin ei ole mahdollista saada totuudenmukaisia tuloksia. (Valli 2015, 85.)

Kyselylomakkeen alussa esitetään asiakkaalle taustakysymykset iästä, sukupuolesta, huonetyypistä ja matkan tarkoituksesta. Helppojen taustakysymyksien avulla pyritään lämmittelemään ja herättelemään asiakasta ennen varsinaista asiakastyytyväisyystutkimusta. Taustakysymyksien avulla saadaan myös tärkeää tietoa asiakkaasta. (Valli 2015, 86.)

Original Sokos Hotel Villan asiakastyytyväisyyskyselyssä taustatietoina asiakkaalta kysytään sukupuolta, ikää, huonetyyppejä ja matkan tarkoitusta. Näiden kysymysten avulla saadaan pääpiirteinen käsitys vastaavasta asiakkaasta ja saadaan muodostettua vastaajien keskimääräinen asiakasprofiili. Taustatietojen jälkeen siirrytään itse asiakastyytyväisyyskyselyyn, jossa asiakas arvioi tyytyväisyyttään asteikolla 1-4, jossa numero neljä tarkoittaa erittäin tyytyväistä asiakasta, numero kolme tyytyväistä asiakasta, numero kaksi tyytymätöntä asiakasta ja numero yksi erittäin tyytymätöntä asiakasta.

Lisäksi asiakas voi vastata EOS, mikäli hän ei osaa sanoa mielipidettään tai hänellä ei ole kokemusta mitattavasta asiasta. Päädyin valitsemaan arviointiasteikon 1-4, sillä tahdon selvittää, kallistuvatko vastaajat enemmän tyytyväisyyden vai tyytymättömyyden puolelle. Asteikossa 1-4 ei ole ollenkaan vaihtoehtoa, joka putoaa tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden väliin, joten vastaajien tulee todella vastatessaan miettiä, ovatko he enemmän tyytyväisiä vai tyytymättömiä.

Jotta saadut tulokset olisivat mahdollisimman realistisia, vastaajalle on hyvä antaa vastausvaihtoehdoksi EOS. Tämä vaihtoehto on hyvä asettaa numeerisen asteikon loppuun, jolloin vastaajat eivät valitse tätä vaihtoehtoa niin herkästi verrattuna siihen, että vaihtoehto olisi sijoitettuna numeroasteikon keskelle. (KvantiMOTV www-sivut 2010.) Mahdollisimman realististen tulosten saamiseksi lisäsin kyselylomakkeeseen arviointiasteikon 1-4 lisäksi vielä vastausvaihtoehdon EOS.

Kyselylomakkeessa on tärkeää, että kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat vastaajalle henkilökohtaisessa muodossa, jotta vastaaja tuntee, että hän on tärkeä ja hänen mielipiteellään on väliä. Henkilökohtaiseen muotoon muotoil-

lut kysymykset tekevät kyselyyn vastaamisesta luonnollisempaa. Lomake ei saa myöskään olla liian pitkä eikä kysymyksiä saa olla liian paljon, jotta vastaajan mielenkiinto kantaa läpi kyselyn ja hän jaksaa perehtyä jokaiseen kysymykseen huolella. (Valli 2015, 87.) Kysely suoritetaan täysin nimettömänä, sillä asiakkaat eivät välttämättä uskalla sanoa oikeaa mielipidettään omalla nimellään ja saadut tulokset voisivat vääristyä. Kyselyssä asiakkaalla on myös aikaa pohtia kysymyksiä kaikessa rauhassa ja vastata kysymyksiin silloin, kuin hänelle itselleen sopii.

### 7.3 Kyselyn toteutus ja aineiston analysointi

Kyselylomake oli paperisessa muodossa. Vajaasta kahdeksasta viikosta ensimmäiset kaksi viikkoa lomakkeet olivat jaossa hotellin vastaanotossa, jolloin niitä jaettiin sisäänkirjautumisen yhteydessä suomalaisille yöpyville asiakkaille. Tämä tapa todettiin kuitenkin turhan hitaaksi opinnäytetyön aikataulu huomioonottaen ja lomakkeet päätettiin sijoittaa hotellihuoneisiin, joissa ne olivat lopun kuuden viikon ajan. Asiakkaat saivat palauttaa lomakkeen joko vastaanottoon tai jättää huoneisiinsa, josta kerroshoito keräsi lomakkeet talteen.

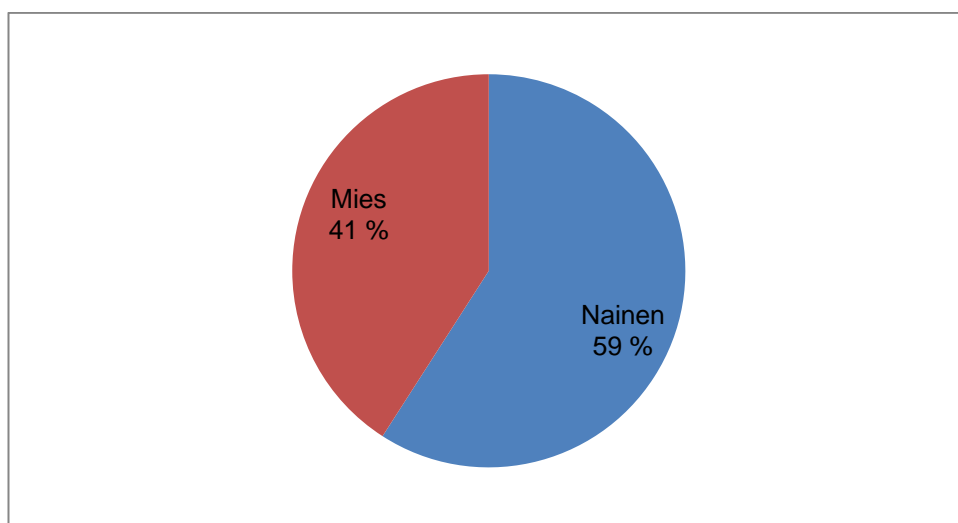
Aineiston analysoinnissa selvitän ne asiat, joihin asiakkaat ovat Villassa tyytyväisiä, ja missä olisi vielä parantamisen varaa. Tulosten analysoinnissa suhtaudun kriittisesti aineiston totuudenmukaisuuteen. Kriittisellä suhtautumisella tarkoitan sitä, että mikäli asiakas on esimerkiksi valinnut useamman kuin yhden vaihtoehdon, vastaus jätetään tuloksista pois, sillä en voi olla varma, mitä asiakas on vastauksellaan tarkoittanut ja mikä on hänen todellinen mielipiteensä.

## 8 TULOKSET JA ANALYSOINTI

Kyselylomakkeita palautettiin yhteensä 110 kappaletta. Vastausprosenttia ei laskettu, sillä lomakkeiden ollessa ensimmäiset kaksi viikkoa jaossa vastaanotossa, niitä ei jaettu jokaiselle sisäänkirjautuneelle asiakkaalle ruuhka-aikaan. Tästä johtuen vastausprosentti ei olisi ollut luotettava, koska ei tarkkaan tiedetä, kuinka monelle asiakkaalle lomakkeita jaettiin. Kyselylomakkeessa oli neljä eri aihepiiriä; vastaajien taustatiedot, sisäänkirjautuminen, hotellihuone sekä aamiainen. Vastaajat arvioivat tyytyväisyyttään numeerisella asteikolla 1-4, jossa toisena ääripäänä numero yksi tarkoitti erittäin tyytymättömyyttä ja asteikon toisessa päässä numero neljä erittäin tyytyväistä vastaajaa. Tämän lisäksi vastaajat saivat kertoa, mikä vaikutti heidän mahdolliseen tyytymättömyyteen ja jättää terveiset Sokos Hotel Villalle risujen ja ruusujen muodossa.

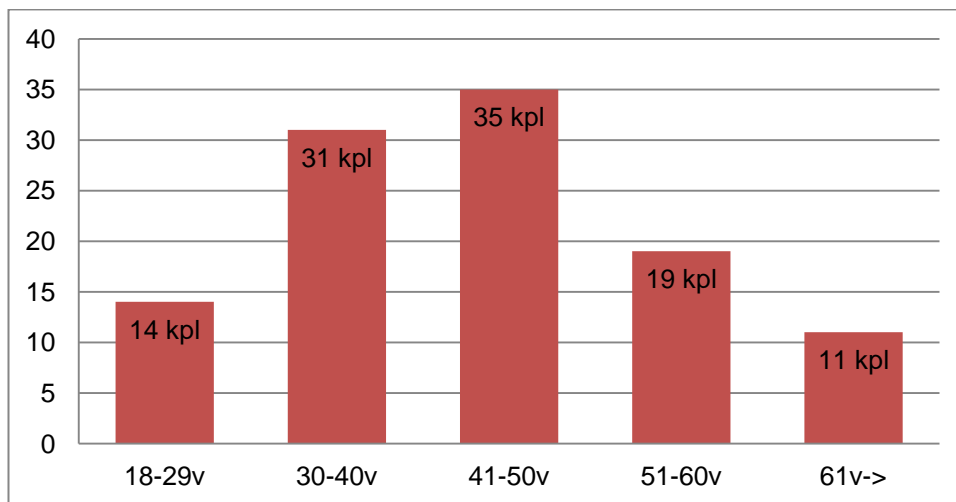
### 8.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneista 110 henkilöstä 65 (59 %) oli naisia ja 45 (41 %) miehiä (Kuvio 2). Kyselyyn vastasi 20 naista enemmän kuin miehiä eli vastaajista naisia oli 18 % enemmistö.



Kuvio 2. Sukupoli

Kyselyssä ei kysytty vastaajan tarkkaa ikää, vaan iät oli luokiteltu viiteen eri ikäryhmään: 18–29-vuotiaat, 30–40-vuotiaat, 41–50-vuotiaat, 51–60-vuotiaat ja yli 61-vuotiaat. Tutkimuksessa eniten vastauksia saatiin ikäryhmältä 41–50v (Kuvio 3). Tähän ikäryhmään kuului 32 % vastaajista. Vähiten vastauksia saatiin ikäryhmältä yli 61-vuotiaat, johon lukeutui 10 % vastaajista.

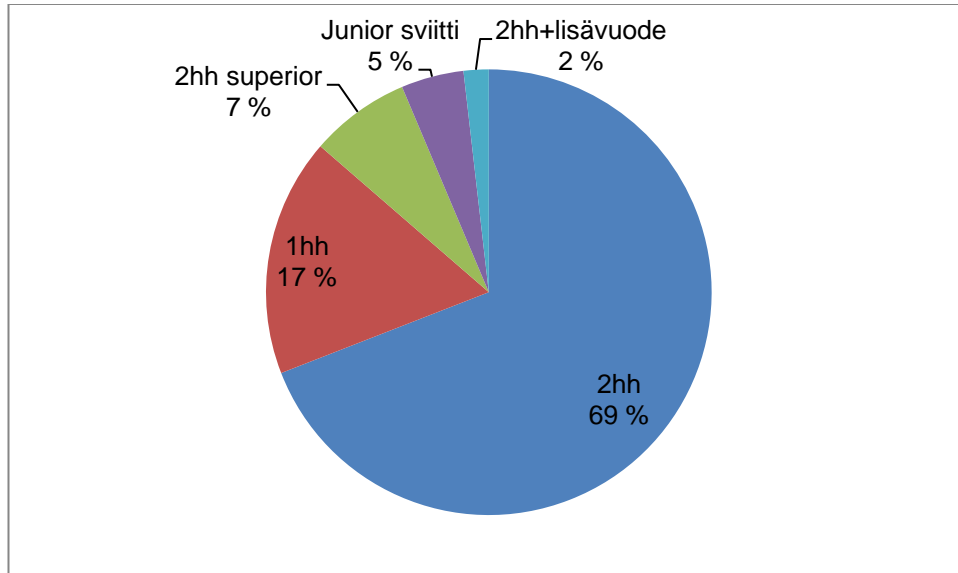


Kuvio 3. Ikäjakauma

Vastaajista suurin osa, 76 henkilöä, yöpyi standardiluokan kahden hengen huoneessa ja 19 henkilöä matkusti yksin yöpyen yhden hengen huoneessa (Kuvio 4). Kahden hengen superior-luokan huoneessa yöpyi kahdeksan henkilöä, junior sviitissä viisi henkilöä ja lisävuoteellisessa kahden hengen standardihuoneessa kaksi henkilöä. Suurin osa Sokos Hotel Villan huoneista on kahden hengen standardihuoneita, mikä selittää enemmistön yöpymistä tässä huonetyypissä. Junior sviittejä Villassa on neljä kappaletta, joten vastauksia tästä huonetyypistä ei ollut odotettavissa kovin montaa. Villassa on rajoitettu määrä lisävuoteellisia huoneita, jolloin lisävuoteellisten huoneiden ollessa myytynä, monet perheet valitsevat vaihtoehdoksi junior sviitin.

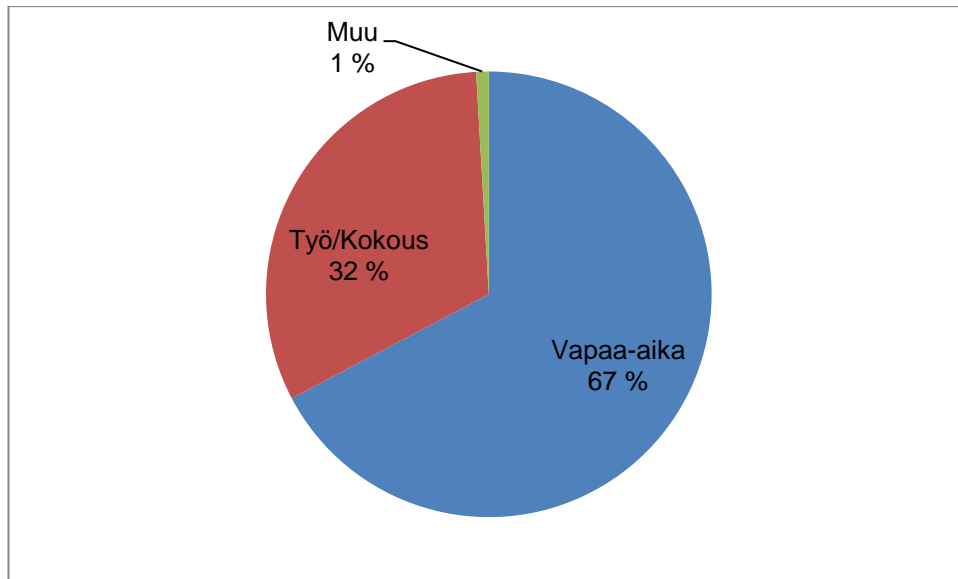
Vastaajia löytyi jokaisesta Villan huonetyypistä pois lukien kaksikerroksinen tornisviitti, jossa yksikään vastaajista ei yöpynyt. Hotellin tornisviitti varataan usein häyyöksi tai muuta erikoisempaa tapahtumaa varten. Tutkimuksen kannalta on tärkeää tietää, missä huonetyypeissä vastaajat ovat majoittuneet, sillä he arvioivat esimerkiksi huoneen varustelua, joka on eri huonetyy-

peissä erilainen. Esimerkiksi standardiluokan yhden ja kahden hengen huoneissa ei ole minibaaria tai vedenkeitintä superior-huoneiden ja sviittien tapaan.



Kuvio 4. Huonetyyppi

Vastaajista 74 kappaletta eli reilusti yli puolet matkusti vapaa-ajalla (Kuvio 5). Työn tai kokouksen vuoksi matkusti 35 vastaajaa. Ainoastaan yksi vastaaja valitsi vastausvaihtoehdon "muu", ja hänen matkansa tarkoitus oli tyttären häät Tampereen tuomiokirkossa. Vapaa-ajan matkustajien suurta määrää selittää se, että vastauksien keruun aikaan monet viettivät joululomaa, joka näkyi suurena vapaa-ajan matkailijoiden määränä. Arkena hotellissa yöpyy myös paljon työmatkailijoita, viikonloppujen ja loma-aikojen ollessa vapaa-ajanmatkustajien aikaa.



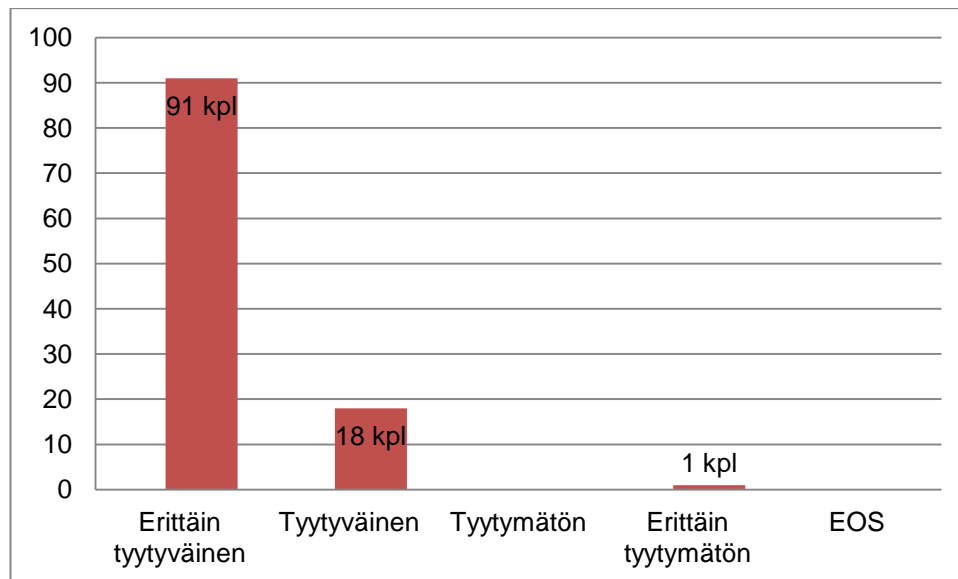
Kuvio 5. Matkan tarkoitus

Tässä tutkimuksessa saatiin taustatietojen avulla selville, millainen on Original Sokos Hotel Villan keskimääräinen matkustajaprofiili. Tämän tutkimuksen mukaan keskimääräinen asiakas on ikäluokkaan 41-50v kuuluva nainen. Hän matkustaa vapaa-ajallaan ja yöpyy kahden hengen standardiluokan huoneessa.

## 8.2 Sisäänkirjautuminen

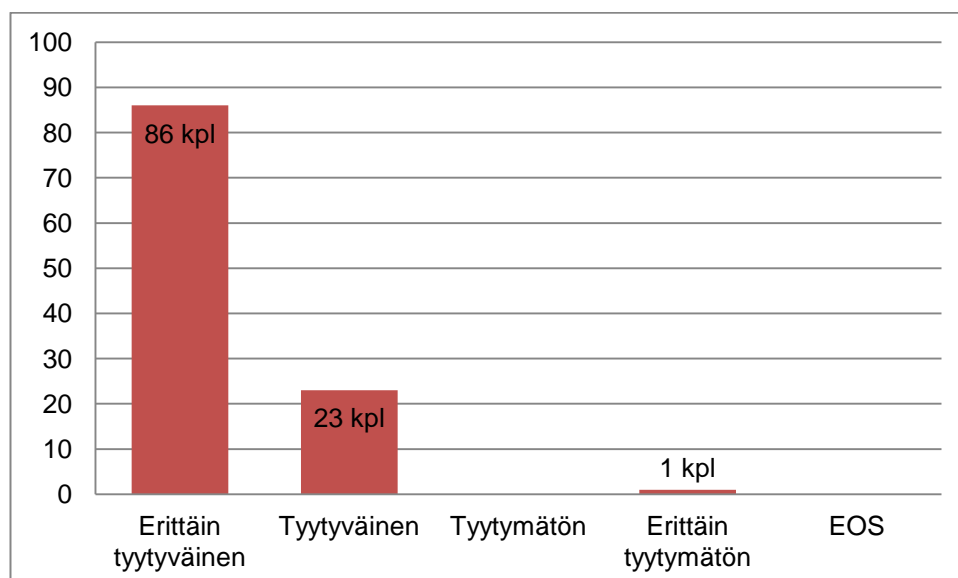
Vastaajat arvioivat sisäänkirjautuminen -aihealueessa vastaanoton palvelua asteikolla 1-4. Palvelun sujuvuudesta saadut vastaukset olivat erittäin positiivisia. Vastaajat arvioivat palvelun sujuvuuden keskiarvolla 3,81. 83 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 16 % vastaajista tyytyväisiä palvelun sujuvuuteen (Kuvio 6). Ainoastaan yksi vastaaja (1 %) oli erittäin tyytymätön palvelun sujuvuuteen. Hänen tyytymättömyyteensä vaikutti epäselvyys huonevarauksessa ja hänelle luvattu myöhäinen huoneenluovutus, joka ei ollutkaan voimassa.





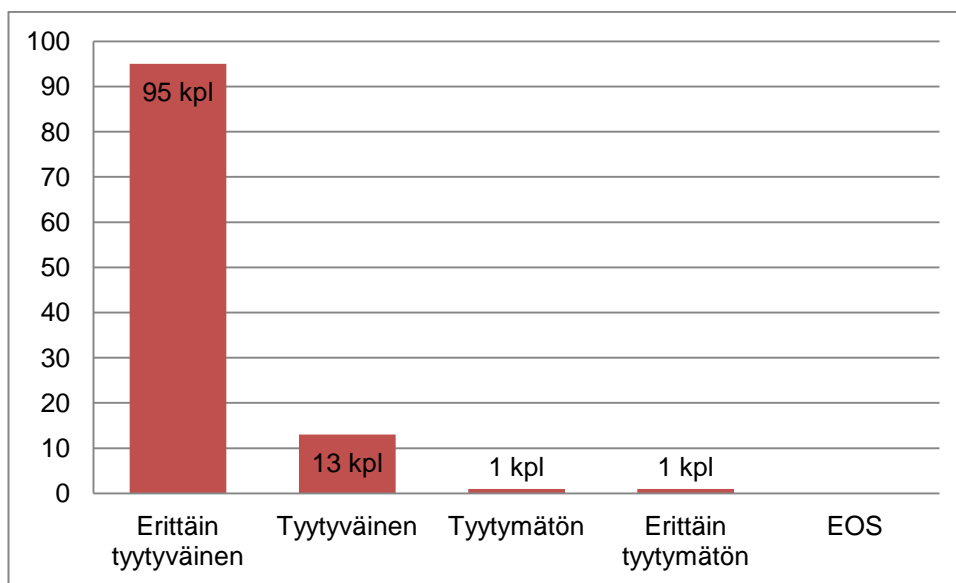
Kuvio 6. Palvelun sujuvuus

Aivan kuten palvelun sujuvuudesta saatu palaute, myös palvelun nopeudesta saatu palaute oli positiivista. Vastaajista 78 % oli erittäin tyytyväisiä ja 21 % tyytyväisiä palvelun nopeuteen (Kuvio 7). Jälleen ainoastaan yksi vastaaja (1 %) oli erittäin tyytymätön palvelun nopeuteen. Hänen tyytymättömyyteensä vaikutti pitkä jonotusaika. Kaiken kaikkiaan palvelun nopeus arvioitiin keskiarvolla 3,76.



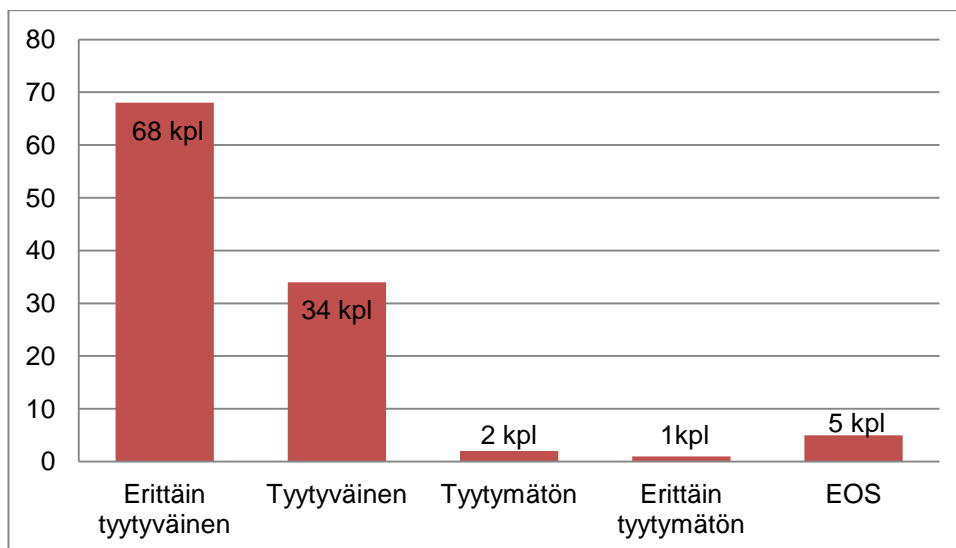
Kuvio 7. Palvelun nopeus

86 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 12 % tyytyväisiä henkilökunnan ystävällisyyteen (Kuvio 8). Ainoastaan kaksi vastaajaa oli tyytymättömiä. Yksi vastaaja oli tyytymätön ja yksi erittäin tyytymätön henkilökunnan ystävällisyyteen. Erittäin tyytymätön vastaaja koki, että vastaanottovirkailija ei ollut kiinnostunut hänestä hänen saapuessaan. Tyytymätön asiakas ei kommentoinut, mikä vaikutti hänen tyytyväisyyteensä. Vastaajien arviointien mukaan henkilökunnan ystävällisyys sai erittäin korkean keskiarvon 3,84.



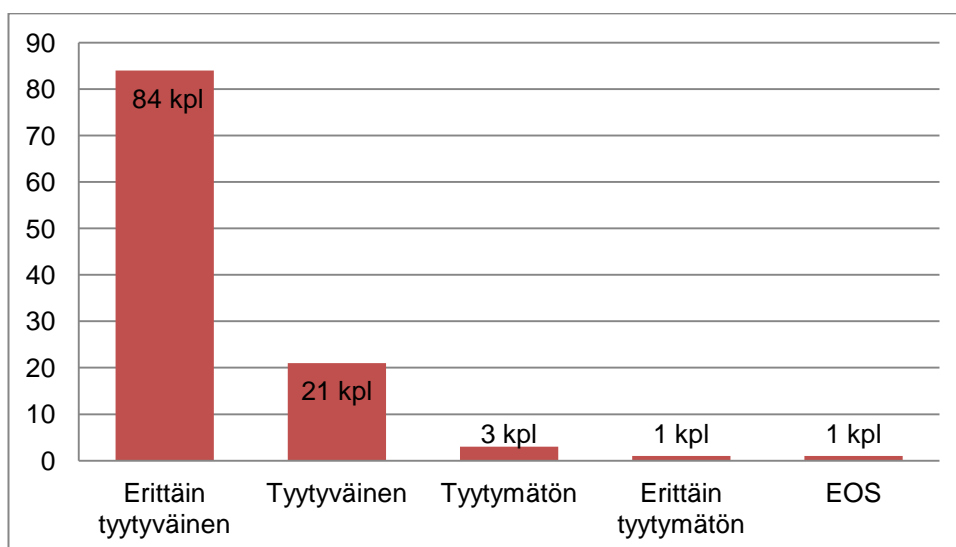
Kuvio 8. Henkilökunnan ystävällisyys

Palvelun yksilöllisyys jakoi aiempia kysymyksiä enemmän mielipiteitä. 62 % oli erittäin tyytyväisiä ja 31 % tyytyväisiä palvelun yksilöllisyyteen (Kuvio 9). Kaksi prosenttia vastaajista oli tyytymättömiä ja yksi prosentti erittäin tyytymättömiä palvelun yksilöllisyyteen. Viisi prosenttia vastasi EOS, eivätkä he osanneet kertoa mielipidettään palvelun yksilöllisyydestä. Erittäin tyytymätön vastaaja perusteli tyytymättömyytään sillä, että hänen mielestään ketjuun kuuluvassa hotellissa ei edes voi olla yksilöllinen palvelu. Kaksi tyytymätöntä vastaajaa jättivät kertomatta, mikä aiheutti heidän tyytymättömyytensä. Kaiken kaikkiaan palvelun yksilöllisyyden keskiarvoksi saatiin 3,61.



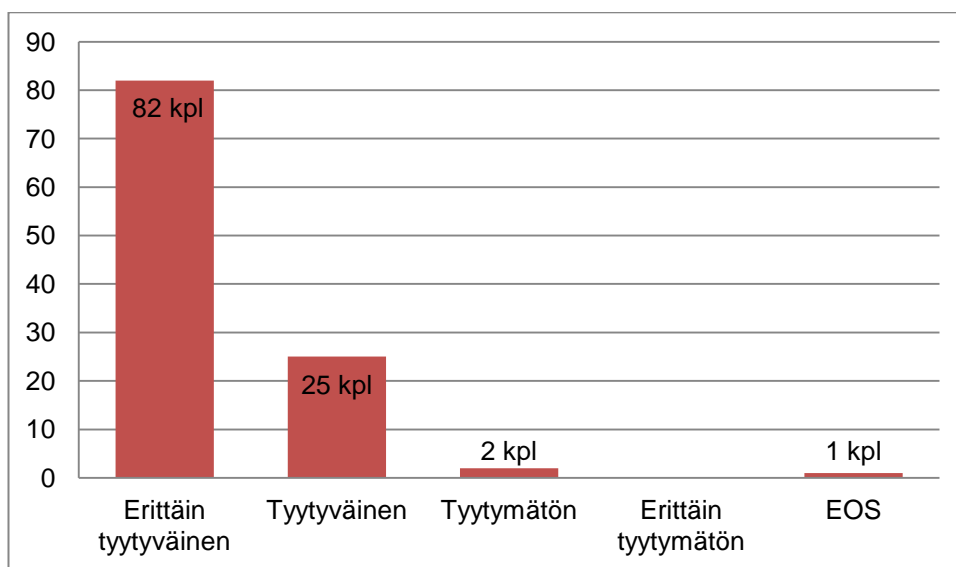
Kuvio 9. Palvelun yksilöllisyys

Vastaajat arvioivat henkilökunnan ammattitaitoisuuden keskiarvolla 3,72. 76 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 19 % tyytyväisiä henkilökunnan ammattitaitoisuuteen (Kuvio 10). Tyytymättömiä oli puolestaan kolme prosenttia vastaajista ja erittäin tyytymättömiä yksi prosentti vastaajista. Yksi prosentti vastaajista ei osannut ottaa kantaa henkilökunnan ammattitaitoisuuteen. Erittäin tyytymättömän vastaajan tyytymättömyyteen vaikutti se, ettei hän ymmärtänyt vastaanottovirkailijoiden ohjeita aamiaisreitistä tai siitä, tuleeko hänen varata pöytä, mikäli hän haluaa mennä ruokailemaan Solo Sokos Hotel Tornin Grill It! -ravintolaan.



Kuvio 10. Henkilökunnan ammattitaitoisuus

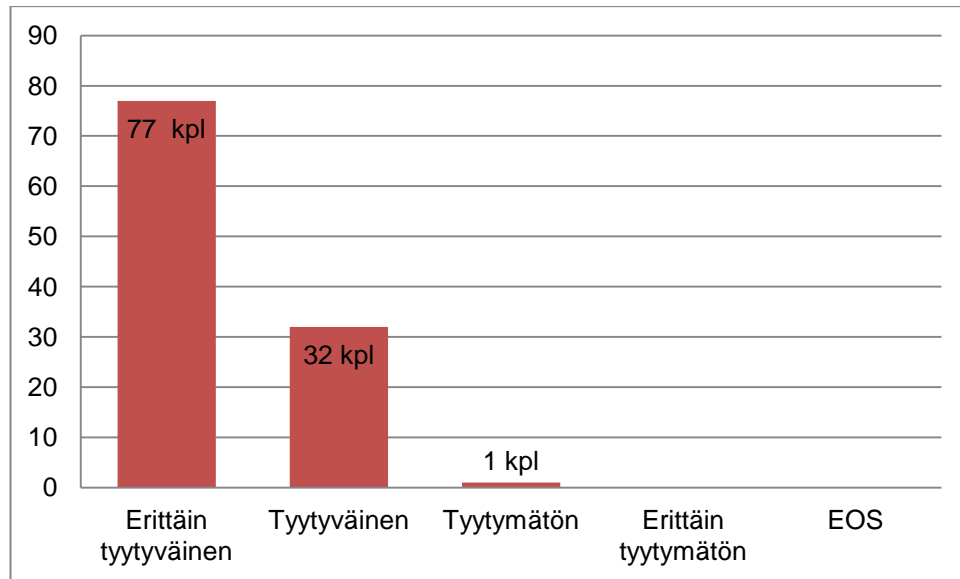
Opastaminen arvioitiin korkealla keskiarvolla 3,73. 75 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 23 % vastaajista oli tyytyväisiä vastaanottovirkailijoiden tarjoamaan opastukseen (Kuvio 11). Kaksi prosenttia vastaajista oli tyytymättömiä opastukseen ja yksi prosentti vastasi EOS jättäen näin opastuksen tason arvioimatta. Tyytymättömän vastaajan tyytymättömyyteen vaikutti se, ettei hän ymmärtänyt, missä aamiainen sijaitsee eikä aamiaistilaan johtavia kulkuohjeita. Toinen tyytymätön vastaaja jätti kertomatta, mikä vaikutti hänen tyytymättömyyteensä.



Kuvio 11. Opastaminen

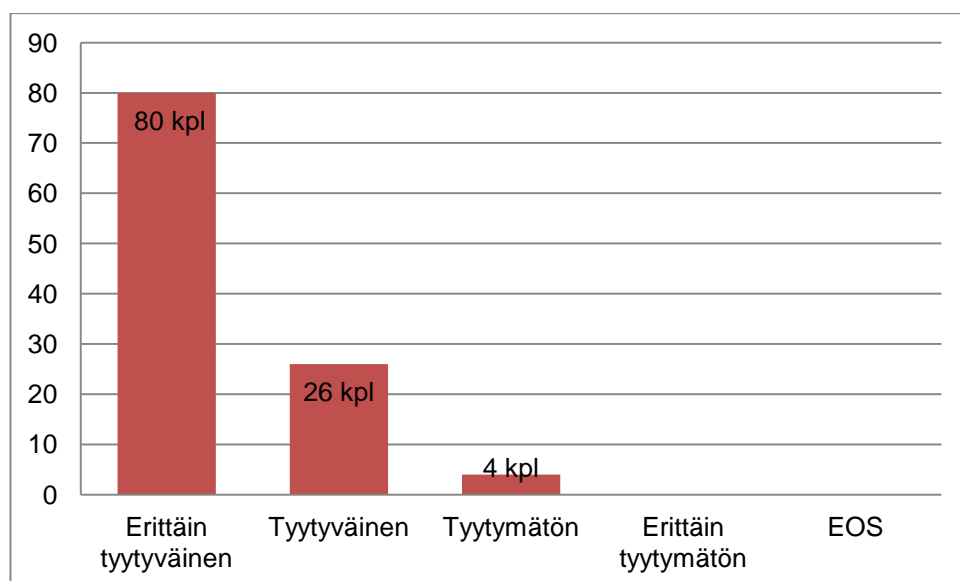
### 8.3 Hotellihuone ja yöpyminen

Hotellihuone ja yöpyminen -aihealueessa vastaajat arvioivat tyytyväisyytään asteikolla 1-4. 70 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 29 % tyytyväisiä huoneen ensivaikutelmaan (Kuvio 12). Ainoastaan yksi vastaaja oli tyytymätön huoneen ensivaikutelmaan. Hänen ensivaikutelmaansa vaikutti se, että hän oli löytänyt huoneen minibaarista jo valmiiksi avatun ja puoliksi juodon kuohuviinipullon. Vastaajat arvioivat huoneen ensivaikutelman keskiarvolla 3,69.



Kuvio 12. Ensivaikutelma huoneesta

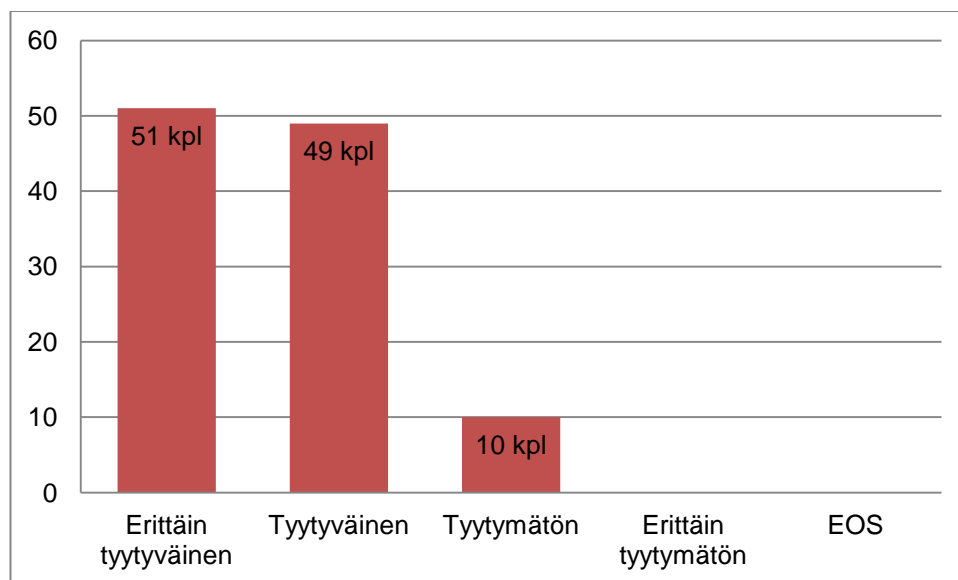
73 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 24 % tyytyväisiä huoneen siisteyteen (Kuvio 13). Neljä prosenttia vastaajista oli puolestaan tyytymättömiä huoneen siisteyteen. Tyytymättömät vastaajat perustelivat tyytymättömyytensä vaikuttaneita asioita. Tyytymättömyyteen vaikuttivat lakanan likaisuus, huolimaton siivous huoneen ulko-oven takaa, edellisen asiakkaan hiukset suihkun lattiakaivossa sekä jo huoneen ensivaikutelmaankin vaikuttanut avattu ja puoliksi juotu kuohuviinipullo minibaarissa. Siisteys arvioitiin huoneen ensivaikutelman tapaan keskiarvolla 3,69.



Kuvio 13. Huoneen siisteys

Huoneen varustelu arvioitiin aikaisempia kysymyksiä hieman matalammalla keskiarvolla 3,37. 46 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 45 % tyytyväisiä huoneen varustelutasoon (Kuvio 14). Yhdeksän prosenttia vastaajista oli puolestaan tyytymättömiä huoneen varustelutasoon. Vastaajien tyytymättömyyteen vaikutti montakin eri asiaa. Kuusi kymmenestä tyytymättömästä vastaajasta kertoi jääkaapin/minibaarin puutteen vaikuttaneen heidän tyytymättömyyteensä. Tyytymättömyyteen vaikutti myös se, ettei huoneessa ollut hattuhyllyä tai riittävästi tilaa vaatteiden säilytykseen. Huoneeseen kaivattiin myös toista yöpöytää, juomavettä, tauluja (lammasaiheisia), vedenkeitintä, pumpulipuikkoja sekä erillisiä hoitoaineita ja shampoita.

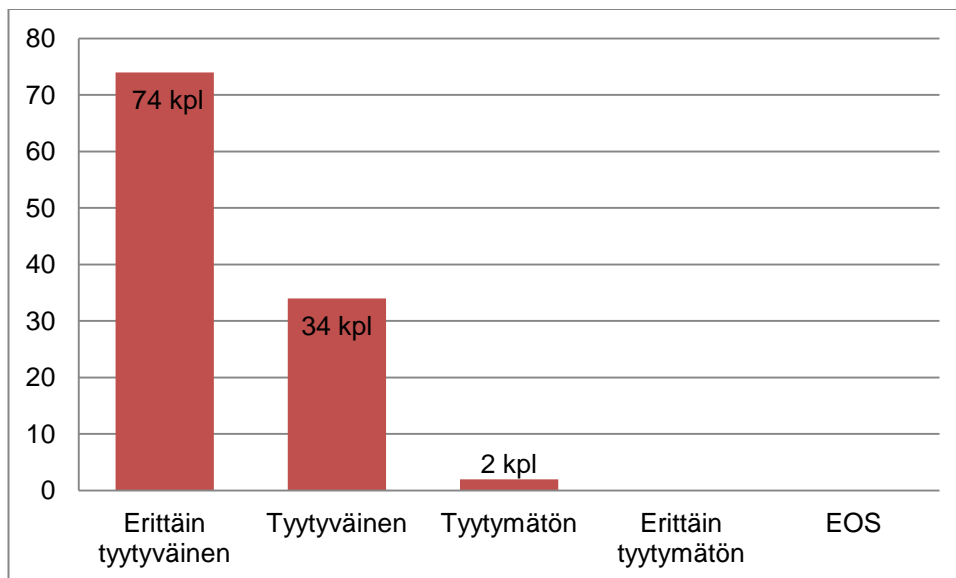
Sokos Hotel Villan superior-luokkaisissa huoneissa on vedenkeitin sekä minibaari. Standardiluokkaisissa huoneissa minibaaria ei ole, sillä Green Key -sertifikaatin mukaisesti hotelli pyrkii säästämään luontoa ja energiaa. Vastajat toivoivat huoneisiin lammasaiheisia tauluja luomaan tunnelmaa. Osassa Villan huoneista onkin lammasaiheisia tauluja, mutta ei kaikissa. Lisäksi osassa huoneissa on viljapeltoelementti seinäkuviona tunnelman luoja.



Kuvio 14. Huoneen varustelu

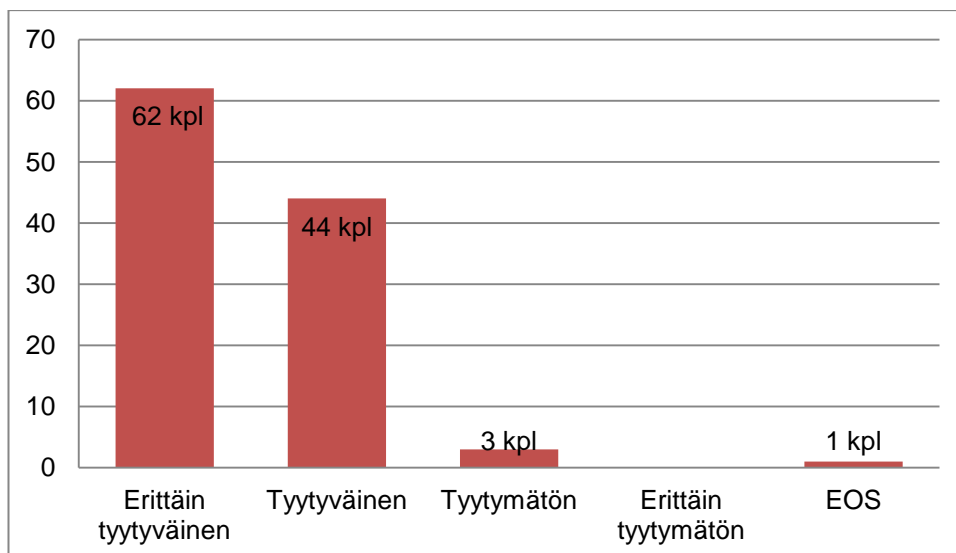
Kyselyyn vastaajista 67 % oli erittäin tyytyväisiä ja 31 % tyytyväisiä huoneen sisustukseen (Kuvio 15). Ainoastaan kaksi vastaajaa (2 %) oli tyytymättömiä huoneen sisustukseen. Heidän tyytymättömyyteensä vaikutti huoneen kolk-

kous ja he kaipasivat esimerkiksi tauluja seinille kolkkouden poistamiseksi ja luomaan tunnelmaa. Huoneen sisustuksen tyytyväisyyden keskiarvoksi saatiin 3,65.



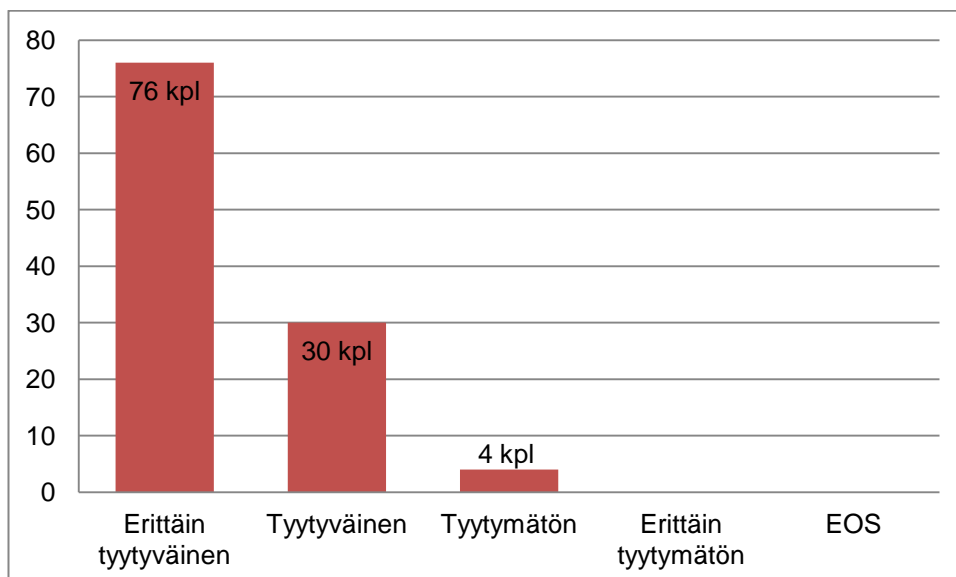
Kuvio 15. Huoneen sisustus

Vastaajista hieman yli puolet, 57 % oli erittäin tyytyväisiä huoneen hinta-laatusuhteeseen (Kuvio 16). 40 % vastaajista kertoi olleensa tyytyväisiä huoneen hinta-laatusuhteeseen, kun taas kolme prosenttia vastaajista oli tyytymättömiä hinta-laatusuhteeseen. Yksi vastaaja ei osannut kertoa mielipidettään hinta-laatusuhteesta. Erään vastaajan mielestä huone oli todella pieni ja ahdas, ja tämä vaikutti hänen tyytymättömyyteensä. Toinen tyytymättömistä vastaajista perusteli mielipidettään sillä, että silitysrauta sekä -lauta olivat jättäneet hänen vaatteeseensa jäljen ja kylpyhuoneen viemäri oli vetänyt huonosti. Hinta-laatusuhteen keskiarvo oli 3,54.



Kuvio 16. Huoneen hinta-laatusuhde

Vastaajien mielestä viihtyvyys huoneessa oli hyvä, sillä keskiarvoksi saatiin 3,65. 69 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 27 % tyytyväisiä viihtyvyyteen (Kuvio 17). Ainoastaan neljä vastaajaa oli tyytymättömiä huoneen viihtyvyyteen. He perustelivat tyytymättömyyttään sillä, että huoneen lämpötila oli ollut ilmastoinnin säädöistä huolimatta viileä. Lisäksi sisustustyytyväisyyteen vaikuttaneet kolkkaus ja huoneen ahtaus laskivat myös viihtyvyyttä.

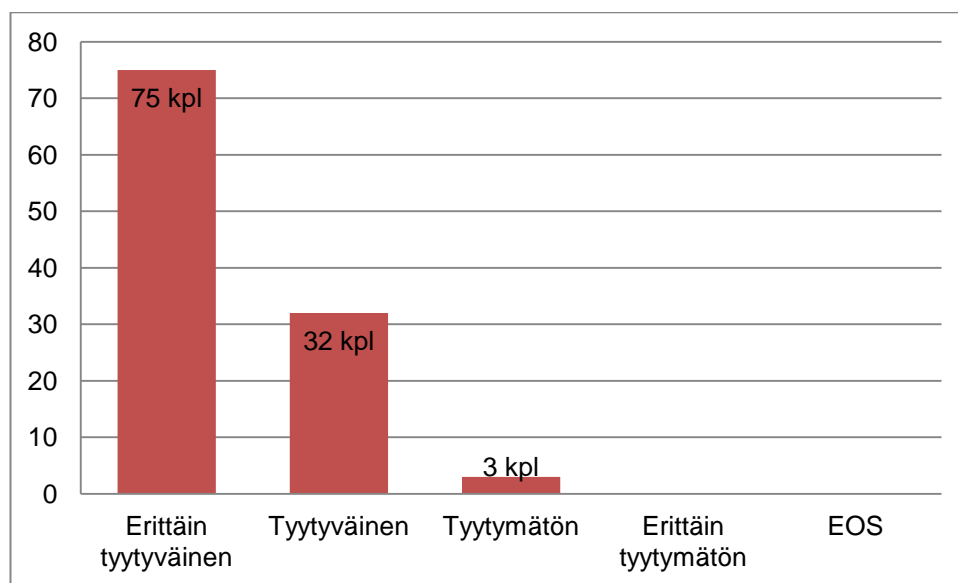


Kuvio 17. Viihtyvyys huoneessa

Vuoteen mukavuutta on hieman haastavampaa arvioida, kuin aikaisempia kysymyksiä, sillä eri ihmiset ovat tottuneet pehmeämpään vuoteeseen ja toi-

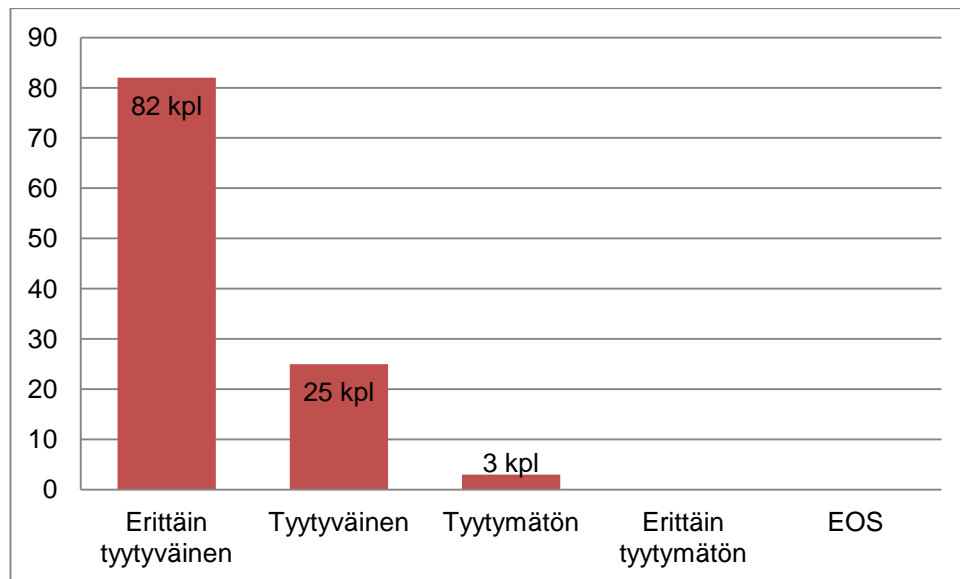


set taas nukkuvat yönsä paremmin hieman kovemmalla patjalla. Vastaajat olivat kuitenkin pääosin tyytyväisiä huoneiden vuoteisiin, sillä ne arvioitiin keskiarvolla 3,65. 68 % vastaajista arvioi vuoteen mukavuuden numeron neljä arvoiseksi eli he olivat erittäin tyytyväisiä vuoteen mukavuuteen (Kuvio 18). 32 vastaajaa eli 29 % puolestaan kertoi olleensa tyytyväisiä, kun taas kolme vastaajaa oli tyytymättömiä vuoteen mukavuuteen. Kaksi tyytymättöntä vastaajaa kertoi, että vuode oli ollut liian pehmeä heidän selälleen, mikä vaikutti heidän tyytymättömyyteensä. Yksi tyytymätön vastaaja jätti perustelematta, mikä vaikutti hänen tyytymättömyyteensä.



Kuvio 18. Vuoteen mukavuus

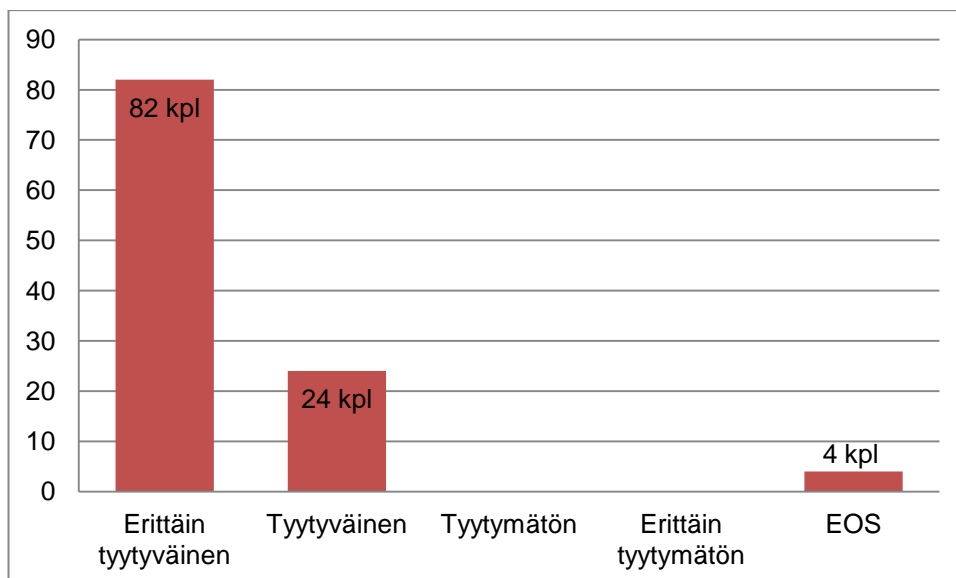
Monien aiempien kysymysten tapaan, huoneen rauhallisuus arvioitiin korkealla keskiarvolla 3,72. Selkeä enemmistö, 75 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä huoneen rauhallisuuteen (Kuvio 19). 23 % kertoi olleensa tyytyväisiä ja ainoastaan kolme prosenttia tyytymättömiä huoneen rauhallisuuteen. Huoneen rauhallisuuteen vaikuttaa omalta osaltaan myös viereisten huonevieraiden käytös ja yhden tyytymättömän vastaajaan tyytymättömyyteen vaikutti naapurihuoneesta kuuluva melu. Vastaajan mukaan naapurihuoneen asukkaat olivat olleet "viihdematkalla". Tämän lisäksi kaksi muuta tyytymättöntä vastaajaa kuvailivat huoneiden seiniä ohuiksi, sillä äänet toisista huoneista kantautuivat heidän huoneeseensa turhan lujaa.



Kuvio 19. Huoneen rauhallisuus

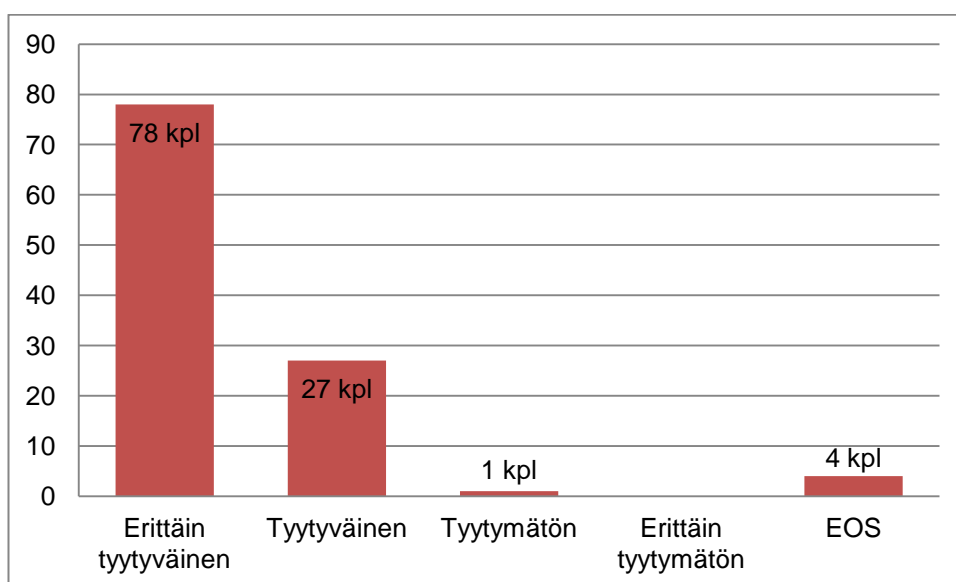
#### 8.4 Aamiainen

Aamiaista koskeviin kysymyksiin neljä henkilöä vastasi vaihtoehdolla EOS, sillä he jättivät aamiaisen syömättä, joten heillä ei ollut mahdollisuutta muodostaa mielipidettä aamiaisen tasosta. Aamiainen -aihealueessa vastaajat arvioivat tyytyväisyytään asteikolla 1-4. Aamiaisen monipuolisuus arvioitiin erittäin korkealla keskiarvolla 3,77. Vastaajista 82 kappaletta eli 77 % oli erittäin tyytyväisiä ja 23 % tyytyväisiä aamiaisen monipuolisuuteen (Kuvio 20). Saadut vastaukset kertovat, että Solo Sokos Hotel Tornin puolella tarjoiltava aamiainen on erittäin monipuolinen, johon asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä. Monipuolisuudessa ei ole vastaajien mukaan parannettavaa, sillä yksikään vastaajista ei ollut tyytymätön aamiaisen monipuolisuuteen.



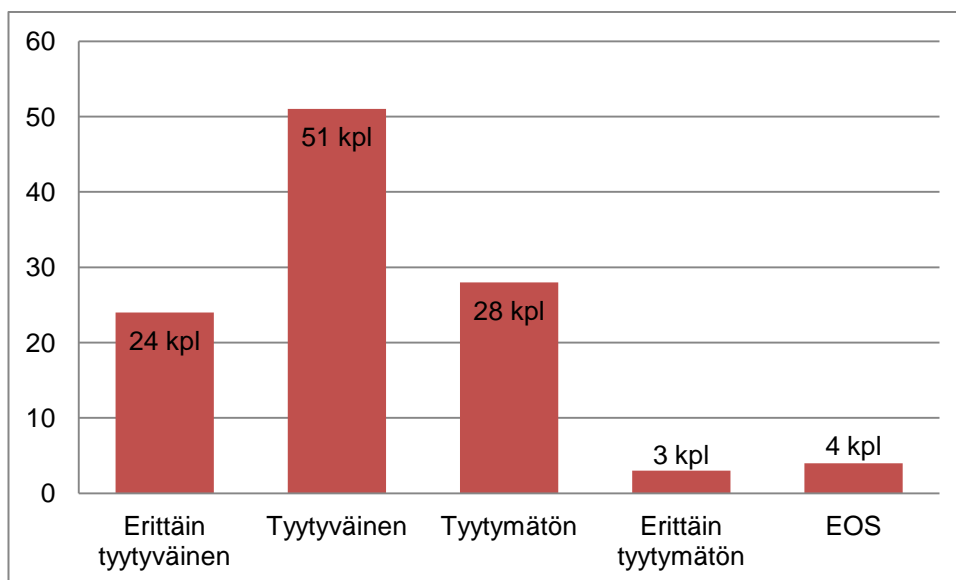
Kuvio 20. Aamiaisen monipuolisuus

Vastaajat arvioivat aamiaisen maistuvuuden keskiarvolla 3,73. Vastaajista 74 % oli erittäin tyytyväisiä ja 25 % tyytyväisiä aamiaisen maistuvuuteen (Kuvio 21). Ainoastaan yksi vastaaja oli tyytymätön aamiaisen maistuvuuteen. Hänen tyytymättömyyteensä oli vaikuttanut hänen makuunsa vetinen ja suolaton puuro sekä laimea tuoremehu, joka ei vastaajan mukaan ollut maistunut "muulle kuin vedelle".



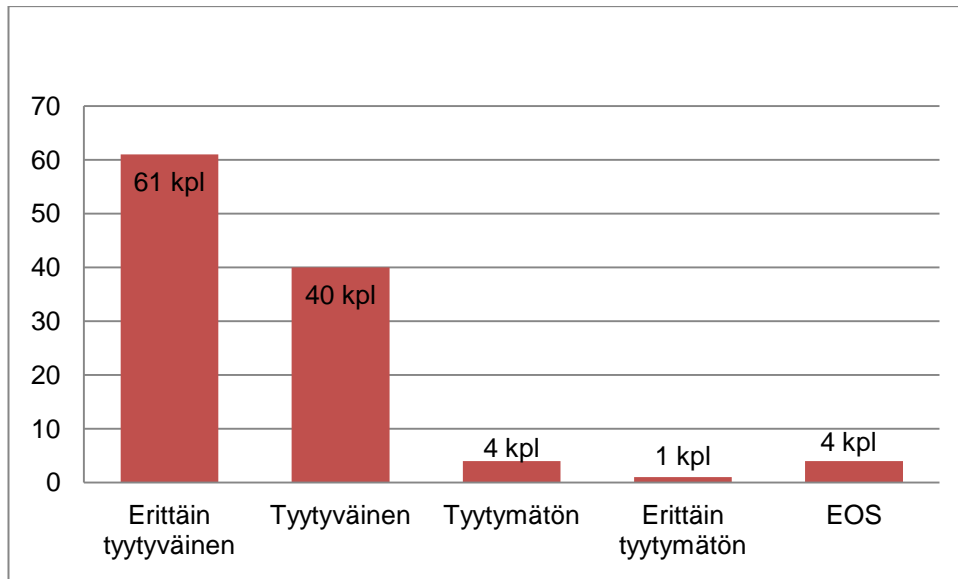
Kuvio 21. Aamiaisen maistuvuus

Asiakastyytyväisyyskyselyssä eniten mielipiteitä jakoi aamiaistilan saavutettavuus. Aamiaistilan saavutettavuus oli kyselyn ainoa asia, joka vastaajien puolesta arvioitiin alle numero kolmen (tyytyväinen) arvoiseksi. Saavutettavuus sai vastaajilta keskiarvon 2,91. 23 % vastaajista kertoi olleensa erittäin tyytyväisiä ja hieman alle puolet, 48 % kertoi olleensa tyytyväisiä aamiaistilan saavutettavuuteen (Kuvio 22). 26 % kertoi olleensa tyytymättömiä ja kolme prosenttia erittäin tyytymättömiä aamiaistilan saavutettavuuteen. Monien tyytymättömien vastaajien tyytymättömyyteen vaikutti aamiaistilan sijainti Solo Sokos Hotel Tornin puolella toisessa rakennuksessa. Tyytymättömät vastaajat kuvailivat aamiaisreittiä Tornin puolelle mutkikkaana, liian pitkänä, vaikeakulkuisena ja vaikeana löytää. Lisäksi tyytymättömyyttä lisäsi osin ulkokautta tapahtuva kulku aamiaistiloihin etenkin talvipakkasilla.



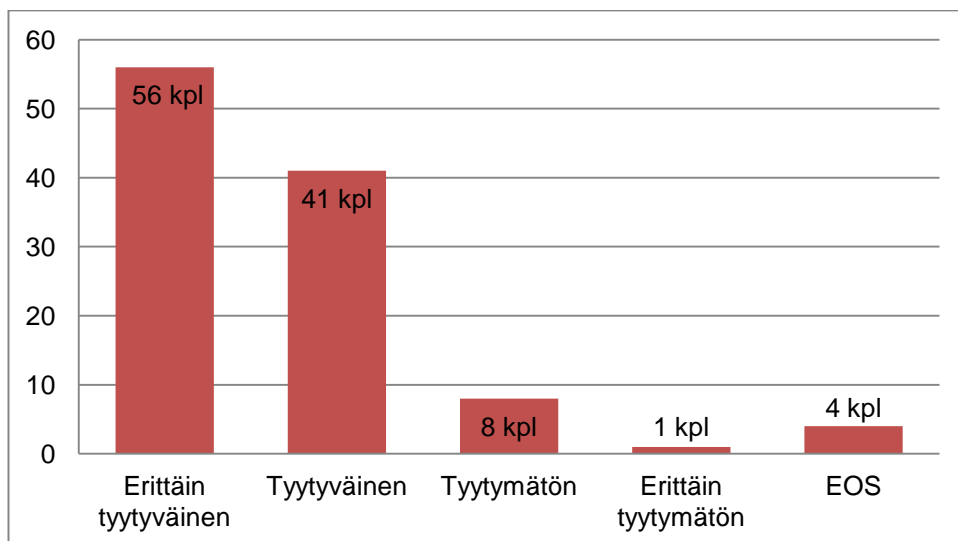
Kuvio 22. Aamiaistilan saavutettavuus

Yli puolet, 58 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 38 % tyytyväisiä aamiaistilojen siisteyteen (Kuvio 23). Neljä vastaajaa oli tyytymättömiä ja yksi vastaaja erittäin tyytymätön aamiaistilojen siisteyteen. Aamiaistilojen siisteys arvioitiin keskiarvolla 3,52. Tyytymättömien asiakkaiden tyytymättömyyteen vaikutti se, että vastaajien mukaan aamiaisella oli paljon likaisia tiskejä pöydissä ja ruokaa lattialla. Lisäksi aamiaistilan lattiaa ja pöytiä kuvailtiin suttuisiksi. Eräs vastaaja koki myös, että pöytien siivous oli hidasta.



Kuvio 23. Aamiaistilan siisteys

Aamiaistilat arvioitiin keskiarvolla 3,43. Yli puolet vastaajista, 53 % oli erittäin tyytyväisiä Solo Sokos Hotel Tornin puolella sijaitseviin aamiaistiloihin (Kuvio 24). 39 % kertoi olleensa tyytyväisiä, kahdeksan prosenttia tyytymättömiä ja yksi vastaaja erittäin tyytymätön aamiaistiloihin. Vastaajien tyytymättömyyteen vaikutti se, että tilat olivat liian täynnä, ja asiakkaat joutuivat odottamaan jonojen ollessa pitkiä. Lisäksi aamiaistilojen linjastojen kulkusuuntaa kuvailtiin epäselviksi. Useampi vastaaja kertoi kokeneensa, että pöytiä oli liian vähän suhteessa ihmisten määrään. Tiloja kuvailtiin myös ahtaiksi, sekaviksi ja meluisiksi.



Kuvio 24. Aamiaistilat

## 8.5 Risut ja ruusut

Kyselylomakkeen viimeinen kysymys oli avoin kysymys ja vastaajat saivat jättää omat terveisensä sanallisesti Original Sokos Hotel Villalle risujen ja ruusujen merkeissä (Liite 2). Tähän osioon on poimittu mukaan asiakkaiden vastauksissa useasti esiintyneitä mielipiteitä, niin, että jokainen erilainen mielipide on otettu mukaan. Samankaltaisia vastauksia oli useita ja niiden joukosta poimin tähän satunnaisotannalla muutaman.

Suurin osa saadusta sanallisesta palautteesta oli erittäin positiivista. Erityisesti vastaanoton henkilökunnan ystävällisyys ja palvelualttius keräsivät vastaajilta runsaasti kiitosta. *"Erittäin hyvä ja sydämellinen henkilökunta"*, *"mattavan hieno henkilökunta"* sekä *"persoonallinen, hyvä palvelu"* ovat otteita siitä, miten asiakkaat kuvailivat Sokos Hotel Villan henkilökuntaa. Myös eräviä mielipiteitä mahtui joukkoon ja eräs vastaajista kertoi saaneensa erilaista tietoa eri virkailijoilta.

Vastaajat kokivat, että Villaan saapuessa tuntuu, kuin kotiin palaisi. Vastaajat kuvailivat hotellin aulatiloja sekä huoneita käytävineen kodikkaiksi, tunnelmallisiksi ja viihtyisiksi. Sokos Hotel Villaa kehuttiin muun muassa seuraavasti: *"viehättävä hotelli"*, *"ihana persoonallinen paikka"* ja *"paras hotelli Tampereella"*. Eräs vastaaja vertasi hotellin aulaa omaksi olohuoneekseen. Vastaajat kehuivat myös hotellin sijaintia. Sijainti rautatieaseman kupeessa helpottaa monen junalla kulkevan matkustajan matkantekoa.

Aamiainen Solo Sokos Hotel Tornin puolella jakoi vastaajien mielipiteitä. Eräs vastaaja kertoi hotellin olleen *"aamiaista lukuun ottamatta täydet viisi tähteä"*. Aamiaistilojen sijainti koettiin negatiiviseksi asiaksi hotellivierailun aikana. Toinen ääripää kertoi aamiaisen olleen erittäin hyvä. *"Kiva kun oli tarjolla suomalaista mustikkaa"* eräs vastaaja kommentoi aamiaistarjoilua. Muutamat toivoivat Villalle omaa aamiaistilaa, joka olisi samantyylinen kuin hotelli itsessään; rauhallinen sekä tunnelmallinen. Villan aamiainen on aikaisemmin tarjottu hotellin kanssa samassa rakennuksessa sijaitsevassa opetusravintolassa, jota muutama vastaaja kaipasi takaisin aamiaistilaksi. Eräs vastaaja oli

sitä mieltä, että nykyinen aamiainen Tornissa on huonompi kuin entinen ope-  
tusravintolassa tarjoiltu aamiainen.

Monien vastaajien mielestä Villa on erinomainen hotelli. Eräs vastaaja kehui hotellivierailuaan seuraavasti: *"Oli mukava yö ja sain nukutuksi hyvin kivassa sängyssä ihanan pehmeän patjan päällä"*. Villan junior sviittiä keuhuttiin *"yhdeksi Sokos Hotellien parhaimmista huoneista"*. Eräs vastaaja kertoi Villan olevan hänelle Suomen mieluisin hotelli yöpyä. Vastauksista kävi ilmi, että Villaan kannattaa tulla toistekin ja monet palaavat Villaan aina uudelleen ja uudelleen. Lisäksi Villan vuonna 2011 toteutettu remontti sai kiitosta, eräs vastaaja kertoi pitäneen vanhastakin Villasta ennen remonttia, mutta kertoi remontin olleen onnistunut.

Erään vastaajan mielestä Villa on sopiva paikka työmatkustukseen ja toinen vastaaja kertoi Villan tarjoavan työmatkustuksen parasta mukavuutta. Toisen ääripään vastaaja koki jääkaapin ja ulkoilman puutteen (huoneessa ei ollut ulos johtavaa tuuletusikkunaa) olevan este työmatkailuun Villassa. Hänen mielestään Villa on kuitenkin viikonloppumatkailuun töiden ulkopuolella hyvä ja viihtyisä hotelli.

Eräs vastaaja kommentoi Villan vastaanotossa sekä huoneissa tarjolla olevia Marianne-karamelleja seuraavasti: *"Sokoksen ikoniset Mariannekarkit! Monissa hotelleissa on näistä luovuttu"*. Kehuja tuli myös joulun aikaan Villan aulassa tarjolla olleesta maksuttomasta glögistä. Toiveena esitettiin Villan olevan auki myös loma-aikoina, kuten jouluna ja uuden vuoden välipäivinä.

Villan saunavuorot puolestaan aiheuttivat eräälle vastaajalle harmia: *"Saunavuorot aiheutti harmitusta. Miesten vuoro oli niin aikaisin ja meni ohi kokonaan, kun oli jo 17-19. Erilliset saunat olisi plussaa tai miesten ja naisten vuorot toisinpäin."* Saunassa kerrottiin kuitenkin olleen hyvät lölyt. Yksi vastaajista kertoi harmistuneensa siitä, että hänen yrittäessään antaa palautetta, häntä oli kehoitettu kirjaamaan palaute Internetissä Sokos Hotelsin www-sivujen kautta suullisen palautteen sijaan.

## 8.6 Yhteenveto ja kehitysehdotukset

Kaiken kaikkiaan Original Sokos Hotel Villan asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset olivat erittäin positiivisia. Tästä kertoo se, että yhtä kysymystä lukuun ottamatta asteikolla 1-4 arvioituissa monivalintakysymyksissä erittäin tyytyväisiä vastaajia oli eniten. Ainoastaan aamiaistilojen saavutettavuutta käsittelevässä kysymyksessä erittäin tyytyväiset vastaajat eivät olleet enemmistönä. Tässä kysymyksessä enemmistö vastaajista ei kuitenkaan ollut tyytymättömiä, sillä tyytyväiset vastaajat olivat enemmistönä tässä kysymyksessä.

Kolme korkeinta keskiarvoa vastaajien mukaan saivat henkilökunnan ystävällisyys (KA 3,84), palvelun sujuvuus (KA 3,81) ja aamiaisen monipuolisuus (KA 3,77). Toisena ääripäänä kolme heikointa keskiarvoa saivat aamiaistilojen saavutettavuus (KA 2,91), huoneen varustelu (KA 3,37) ja aamiaistilat (KA 3,43). Heikoin keskiarvo, aamiaistilojen saavutettavuus, on kuitenkin pyöristettävissä tyytyväiseen asiakkaaseen, mikä kertoo, että kaiken kaikkiaan Villan asiakkaat ovat tyytyväisiä hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin.

Tyytymättömät ja erittäin tyytymättömät vastaajat perustelivat tyytymättömyyttään jokaisen aihealueen jälkeen ja suurimmaksi tyytymättömyyttä aiheuttaneeksi asiaksi nousi mutkikas reitti Solo Sokos Hotel Tornin puolella sijaitsevaan aamiaistilaan. Lisäksi tyytymättömyyttä aiheuttivat muun muassa säilytystilan puuttuminen huoneista sekä jääkaapin puuttuminen standardiluokkaisista huoneista.

"Risut ja ruusut Original Sokos Hotel Villalle" -kysymyksessä asiakkaat jättivät suurimmaksi osaksi ruusuja hotellille ja sen henkilökunnalle. Tässä avokysymyksessä kävi ilmi, että vastaajat olivat erityisen tyytyväisiä henkilökunnan ystävällisyyteen ja palveluالتtiuteen sekä hotellin rauhalliseen ilmapiiriin. Niin sanotut risut pitivät sisällään saunavuorojen aikataulutuksen, aamiaistilan sekä huoneen ilmastoinnin, mutta kaiken kaikkiaan risuja tuli tässä kysymyksessä todella vähän.



Original Sokos Hotel Villan asiakastyytyväisyydessä ei ole tällä hetkellä kovin kriittistä korjattavaa. Eniten tyytymättömyyttä aiheuttaa reitti aamiaiselle. Tästä tutkimuksesta saatujen tuloksien avulla aamiaistilan saavutettavuuden tyytyväisyyttä on pyritty kehittämään. Tämän tutkimuksen jälkeen asiakkaiden kommentit on otettu huomioon ja näkyvämpiä opasteita aamiaiselle on lisätty. Aamiaisreittiä Tornin puolelle ei voida tietenkään poistaa, mutta parannuksia reitille voidaan tehdä. Tullintorin ostoskeskus on suljettuna sunnuntaisin, jolloin asiakkaiden tulee kulkea aamiaiselle ulkokautta. Ostoskeskuksen pitäminen auki myös sunnuntaisin vaatisi resursseja ostoskeskukselta, joten siihen hotelli ei yksinään voi vaikuttaa.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että asiakkaat kaipaavat lisää säilytystilaa huoneisiin. Asiakkaat kaipasivat huoneeseen esimerkiksi hattuhyllyä. Hattuhyllyn hankkiminen jokaiseen huoneeseen vaatii hotellilta pääomaa, joten tällaisia suurempia parannuksia ei useinkaan voida heti toteuttaa. On kuitenkin hyvä, että ongelma tiedostetaan, vaikka sille ei heti voitaisikaan tehdä mitään. Tulevaisuudessa investointi huoneiden hattuhyllyihin lisäisi kuitenkin paljon hotellin asiakastyytyväisyyttä tässä tutkimuksessa saatujen tuloksien mukaan.

Lisäksi huoneisiin kaivattiin esimerkiksi vanupuikkoja. Tällaiset hieman pienemmät investoinnit on helpompi toteuttaa ihan lähitulevaisuudessakin, sillä ne eivät vaadi niin paljon pääomaa, eikä huonetta tarvitse näkyvästi muuttaa. Jo pienillä teoilla asiakastyytyväisyyttä pystytään kohentamaan. Muutamat asiakkaat kaipasivat huoneeseen minibaaria tai jääkaappia. Hotellin superior-luokkaisista huoneista minibaari kuitenkin löytyy, joten asiakkaalla on huonevarausta tehdessään valittavana joko minibaariton tai minibaarillinen vaihtoehto. Minibaarit kuluttavat paljon energiaa ja hotellin Green Key -statuksen myötä energiankulutusta pyritään vähentämään. Tästä johtuen minibaarien sijoittamien jokaiseen huoneeseen ei ole kannattavaa, sillä, vaikka muutama asiakas minibaaria kaipasikin, oli suurin osa asiakkaista tyytyväisiä.

## 9 LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Tutkimuksen onnistumista voidaan tarkastella reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka onnistuneesti tutkimuksessa on onnistuttu mittaamaan sitä, mitä tutkimuksessa alun perinkin tuli mitata. Tutkimus pyrkii aina siihen, että tutkimuksen validiteetti olisi suuri ja se mittaisi sitä, mitä sen pitikin mitata, mutta aina näin ei kuitenkaan ole. Tutkimuksen reliabiliteetti puolestaan tarkoittaa mittarin ja saatujen tuloksien luotettavuutta. Tutkimuksen reliabiliteetti on suuri, mikäli eri mittauskerroilla saadut tulokset ovat samantapaisia. Reliabiliteetti voidaan käsittää mittausvirheettömytenä. (Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen 2014, 20.)

Tässä tutkimuksessa reliabiliteettia lisäsi se, että kyselylomakkeet täytettiin täysin anonymisti, jolloin vastaajat uskalsivat kertoa oman mielipiteensä, sillä heidän oma henkilöllisyytensä ei tullut ilmi tutkimuksessa. En voi kuitenkaan määrittää sitä, kuinka suuri tutkimuksen reliabiliteetti on, sillä se vaatisi sen, että tutkimus toteutettaisiin uudelleen toisena ajankohtana. Tutkimuksen reliabiliteetti olisi suuri, jos toisella mittauskerralla saadut tulokset olisivat samantapaisia kuin tässä tutkimuksessa saadut tulokset. Tutkimus mittasi sitä, mitä sen pitikin mitata. Tutkimuksella saatiin selvitettyä Original Sokos Hotel Villan tämänhetkinen asiakastyytyväisyystilanne, mikä lisäsi validiteettia.

Kokonaisuudessaan tutkimus onnistui mielestäni hyvin. Minun ei tarvinnut jättää yhtäkään vastausta pois sen vuoksi, että asiakas olisi valinnut useamman vaihtoehdon samalta riviltä tai jättänyt kysymyksen tyhjäksi. Asiakkaat ymmärsivät arviointiasteikon 1-4 todennäköisesti oikein, niin, että numero neljä tarkoitti erittäin tyytyväistä vastaajaa ja numero yksi erittäin tyytyväistä vastaajaa, sillä poikkeamia vastauksissa ei esiintynyt. Näin ollen kyselylomake oli monivalintakysymysten osalta toimiva ja sen avulla saatiin kerättyä oikeelliset tulokset.

Harmillista oli, että vastaajat, jotka vastasivat numeron yksi tai kaksi arvosta eli olivat joko tyytymättömiä tai erittäin tyytymättömiä eivät kaikki jättä-

neet syytä tyytymättömyydelleen. Lomakkeessa oli jokaisen aihealueen alla lisäkysymys "Jos vastasitte johonkin kohtaan yksi tai kaksi, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyytenne" ja suoraan tämän alla rivit vastaukselle. Tästä huolimatta turhan monet tyytymättömät vastaajat jättivät tämän kohdan tyhjäksi. Tutkimuksen avulla saatiin tietoon se, mihin Villan asiakkaat ovat tyytyväisiä, mutta parantamisen varaa -osio ei onnistunut yhtä hyvin. Päätelmiä pystyin kuitenkin tekemään numeerisen arvioinnin kautta ja muiden tyytymättömien asiakkaiden jättämien sanallisten vastausten avulla.

Lomakkeita palautettiin yhteensä 110 kappaletta ja olen tähän määrään erittäin tyytyväinen. Tutkimuksessa saatuja tuloksia ei kuitenkaan voida täysin yleistää niin, että saadut tulokset koskisivat kaikkia Villan suomalaisia hotelliasiakkaita, sillä tutkimusaika oli rajallinen. Lomakkeet sijoitettiin hotellihuoneisiin kuuden viikon ajaksi ja tällöin kaikilla Villan suomalaisilla hotelliasiakkailla oli mahdollisuus vastata kyselyyn, mutta Villan asiakaskunta on paljon laajempi kuin tutkimusaikana hotellissa majoittuneet asiakkaat.

Sain tuloksien avulla vastauksen tutkimusongelmaani: millainen on Original Sokos Hotel Villan suomalaisten asiakkaiden asiakastyytyväisyys hotellivierailun aikana. Vastaus tähän tutkimusongelmaan on, että asiakastyytyväisyys on erittäin hyvä kahdessa tämän tutkimuksen aihealueessa: hotellin vastaanotossa sekä hotellihuoneissa. Aamiaiseen hotellin asiakkaat puolestaan ovat tyytyväisiä. Asiakkaat ovat erityisen tyytyväisiä henkilökunnan ystävällisyyteen, palvelun sujuvuuteen vastaanotossa sekä aamiaisen monipuolisuuteen. Asiakkaat eivät ole yleisesti ottaen mihinkään tyytymättömiä, mutta heikoiten asiakkaat arvioivat aamiaistilojen saavutettavuuden sekä huoneen varustelun. Asiakkaat ovat erityisen tyytyväisiä Solo-tason aamiaisen monipuolisuuteen, mutta aamiaistilojen saavutettavuus on asiakkaiden mielestä hieman hankalaa. Kehitysehdotuksena tähän asiakkaat kertoivat näkyvämmän opastuksen, joka olisi myös valaistu, jolloin asiakkaat löytäisivät aamiaistiloihin myös pimeällä.

## 10 POHDINTA

Kiinnostuin tekemään opinnäytetyötäni Original Sokos Hotel Villalle, sillä olin opinnäytetyöaiheittani pohtiessa aloittamassa hotellissa työharjoittelun. Ajatus lähti siitä, että ajattelin, että olisi luontevaa hyödyntää työharjoittelun kautta oppimiani tietoja myös opinnäytetyössä. Asiakastyytyväisyys aiheena nousi esille, sillä olin erityisen kiinnostunut tietämään, mitkä asiat saavat asiakkaat tyytyväiseksi ja mitkä asiat taas vaikuttavat tyytyväisyyteen negatiivisella tavalla. Original Sokos Hotel Villassa ei ollut hetkeen toteutettu asiakastyytyväisyyskyselyä, joten aihe sai kannatusta myös toimeksiantajan puolelta.

Opinnäytetyöprosessi lähti liikkeelle siitä, että kirjoitin aiheanalyysin ennen varsinaisen opinnäytetyön aloittamista keväällä 2016. Aiheanalyysiä tehdessäni perehdyin jo hieman aiheen teoriaan, muun muassa asiakastyytyväisyyteen ja palveluun. Varsinaisen opinnäytetyön aloitin aiheanalyysin kirjoittamisen jälkeen kesällä 2016, jolloin perehdyin ensin työni teoriaosuuteen. Lainasin kirjastosta suuren määrän eri teoksia, jotka käsittelivät majoituspalveluja, asiakastyytyväisyyttä, palvelua, asiakassuhteita sekä tutkimusmenetelmiä. Perehdyin ensin hieman näihin teoksiin ennen teoriaosuuden kirjoittamista ja pohdin, mistä lähtisin liikkeelle. Sain työni alkuun ja teoriaosuus valmistui syksyllä 2016.

Teoriaosuuden valmistumisen jälkeen aloin miettiä kysymyksiä asiakastyytyväisyyskyselylomakkeeseen. Loin kysymykset kirjoittamaani teoriaan pohjautuen. Tämän jälkeen hyväksyin kyselylomakkeen opinnäytetyöhjaajallani ja toimeksiantajan edustajalla. Ennen kyselylomakkeen käyttöönottoa testautin sen kahdella henkilöllä, jotka olivat yöpyneet Original Sokos Hotel Villassa kuluneen vuoden aikana. Kyselylomake todettiin toimivaksi testaajien toimesta ja lomakkeet olivat jaossa hotellilla marras-joulukuussa 2016 vajaan kahdeksan viikon ajan. Ensin lomakkeita jaettiin hotellin vastaanotossa sisäänkirjautuville asiakkaille kahden viikon ajan, mutta vastauksien määrä oli vähäistä. Kahden viikon jälkeen lomakkeet päätettiin sijoittaa hotellihuoneisiin, jol-

loin vastauksia alkoi tulla enemmän. Vastauksia sain yhteensä 110 kappaletta, joka ylitti tavoitteeni (100 kappaletta).

Aloin käydä kyselylomakkeita läpi tammikuussa 2017 ja vauhtiin päästyäni olin käynyt kaikki lomakkeet läpi yllättävän nopeasti. Kirjasin tulokset Excel- taulukoiksi ja sanalliset vastaukset kirjoitin auki Word-tiedostoon. Tämän jälkeen aloin käydä saatuja tuloksia läpi ja tein Excelillä kuvioita havainnollistamaan saatuja tuloksia. Avasin tulokset tammikuun aikana, jonka jälkeen pohdin vielä saatujen tuloksien luotettavuutta luotettavuustarkastelussa.

Alkuperäisenä tavoitteenani oli saada opinnäytetyö valmiiksi tammikuussa 2017, mutta tähän tavoitteeseen en aivan päässyt, sillä olin aikatauluttanut vastauksien keräämiseen tarvittavan ajan liian lyhyeksi. Joulukuun alussa päätin ottaa työlleni kuukauden lisääaikaa ja jatkaa vastauksien keräämistä vielä joulukuun loppuun saakka, sillä tahdoin saada riittävän paljon vastauksia, jotta tehdystä tutkimuksesta saataisiin mahdollisimman suuri hyöty. Vaikka en päässyt alkuperäiseen tavoitteeseeni, mielestäni oli tärkeämpää, että sain riittävän määrän vastauksia sen sijaan, että olisin kiirehtinyt työni loppuun vähäisillä vastaajamäärillä.

Tämä opinnäytetyöprosessi opetti minulle paljon. Opin aikatauluttamaan omaa tekemistäni ja työtäni paremmin. Tahdoin löytää työhöni parhaiten sopivat lähteet, joten perehdyin myös aineistonhakuun, josta opin paljon lisää. Lähteitä etsiessäni törmäsin myös epäilyttäviin lähteisiin ja tämä opetti minua olemaan kriittisempi lähteiden suhteen enkä valinnut mukaan mitä tahansa lähteitä, vaan perehdyin jokaiseen lähteeseen ja niiden luotettavuuteen tarkasti ennen niiden mukaanottoa.

Toimeksiantajalta saatu palaute tehdystä työstä oli positiivista. Toimeksiantajan edustajan, Timo Niemisen, mukaan aiheeseen on perehdytty huolellisesti ja etukäteistyötä ennen varsinaista tutkimusta on tehty paljon. Niemisen mukaan teksti on selkeää ja taulukot hyvin kuvaavia. Nieminen mainitsee, että tässä tutkimuksessa saadut tulokset ovat samansuuntaisia, kuin hotellilla asiakkailta saatavat päivittäiset palautteet, joten tutkimuksen tulokset ovat

totuudenmukaisia. Nieminen kertoo, että työ on hyödyllinen ja tyytymättömyyttä aiheuttavat aiheet on otettu huomioon hotellilla. Esimerkiksi opasteita aamiaiselle on lisätty työstä saadun palautteen johdosta.

Olen tyytyväinen tekemääni työhön ja siihen, että annoin itselleni aikaa tehdä työn huolella loppuun ilman turhaa kiirehtimistä. Tein paljon työtä tämän opinnäytetyön eteen ja tässä vaiheessa voin sanoa antaneeni kaikkeni tälle työlle. Kokonaisuudessaan tämä opinnäytetyöprosessi oli erittäin opettavainen ja mielenkiintoinen. Tässä prosessissa parasta oli mielestäni kyselylomakkeiden läpikäyminen ja tulosten avaaminen. Oli erittäin mielenkiintoista lukea asiakkaiden vastauksia ja huomata, että samat asiat nousivat esiin niin positiivisessa kuin negatiivisessakin mielessä. Uskon, että tästä opinnäytetyöstä on hyötyä toimeksiantajalle, Original Sokos Hotel Villalle, jotta he voivat jatkossa tehdä asiakkaistaan vielä entistäkin tyytyväisempiä, kun he nyt tietävät, mihin asioihin asiakkaat ovat tyytyväisiä ja missä on vielä parantamisen varaa.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WSOY.

Alakoski, L., Hörkkö, P. & Lappalainen, H. 2006. Hotellin vastaanoton operatiivinen toiminta. Helsinki: Restamark Oy.

Allergia- ja astmaliiton www-sivut. 2016. Viitattu 22.8.2016.  
<http://www.allergia.fi/>

DestiNetin www-sivut. 2017. Viitattu 14.2.2017.  
<http://destinet.eu/images/Green%20Key.jpg>

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restamark Oy.

Green Key Finlandin www-sivut. 2016. Viitattu 16.11.2016. <http://greenkey.fi/>

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2013. Helsinki: Tammi.

Interior Design Awardsin www-sivut. 2016. Viitattu 4.11.2016.  
<http://www.fxdesignawards.co.uk/>

KvantiMOTV www-sivut. 2010. Viitattu 14.2.2017.  
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2005. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Helsinki: Restamark Oy.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Vantaa: Restamark Oy.

Manninen, K. & Ugas, O. 2012. Kasvunvara - työkaluja parempaan palveluun. Helsinki: Libris Oy. Viitattu 16.10.2016.  
<http://www.sitra.fi/julkaisut/muut/Kasvunvara.pdf>

Mummon Kammarin www-sivut. 2017. Viitattu 14.2.2017.  
<http://www.mummonkammari.fi/>

Nummenmaa, L., Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2014. Tilastollisten menetelmien perusteet. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ojanen, M. 2013. Reseptejä asiakassuhteisiin - Asiakasta ei jätetä! Helsinki: Talentum Oy.

Palvelu on Sokos Hotellien vahvuus. 2015. Sokos Hotelsin www-sivut. 9.4.2015. Viitattu 14.2.2017.  
[https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/palvelu-on-sokos-hotellien-vahvuus/011745405\\_419607](https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/palvelu-on-sokos-hotellien-vahvuus/011745405_419607)

S-kanavan www-sivut. 2016. Viitattu 22.8.2016. <https://www.s-kanava.fi/>

Sokos Hotelsin www-sivut. 2016. Viitattu 24.10.2016.  
<https://www.sokoshotels.fi/fi>

Sokos Hotel Villa pääsi kuuden parhaan joukkoon. 2011. Tamperelainen. 2.12.2011. Viitattu 25.10.2016. <http://www.tamperelainen.fi/artikkeli/83260-sokos-hotel-villa-paasi-kuuden-parhaan-joukkoon>

Szwarc, P. 2005. Researching Customer Satisfaction & Loyalty: How to Find Out What People Really Think. London: Kogan Page Ltd.

Tapolan www-sivut. 2016. Viitattu 16.11.2016. <http://www.tapola.fi/>

Valli, R. 2015. Paperinen kyselylomake. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 - Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Juva: Bookwell Oy, 84-108.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Helsinki: Tammi.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? 2. uud. p. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.



## ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Hei!

Olen Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailun restonomiopiskelija Essi-Katarina Hietanen ja teen opinnäytetyötä aiheenani asiakastyytyväisyys hotellivierailun aikana Original Sokos Hotel Villassa.

Kysely tehdään nimettömänä ja vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti. Mielipiteenne on arvokas.

*Olkaa hyvä ja ympyröikää sopivin vaihtoehto.*

TAUSTATIEDOT

- |                                        |                        |            |        |        |       |
|----------------------------------------|------------------------|------------|--------|--------|-------|
| 1. Sukupuoleni on                      | Nainen                 | Mies       |        |        |       |
| 2. Ikäni on                            | 18-29v                 | 30-40v     | 41-50v | 51-60v | 61v-> |
| 3. Huonetyypini (1hh, 2hh, superior..) |                        |            |        |        |       |
| 4. Matkani tarkoitus                   | Vapaa-aika             | Työ/Kokous |        |        |       |
|                                        | Jokin muu, mikä? _____ |            |        |        |       |

*Olkaa hyvä ja arvioikaa tyytyväisyyttänne asteikolla 1-4 (4=erittäin tyytyväinen, 3=tyytyväinen, 2=tyytymätön, 1=erittäin tyytymätön, EOS=en osaa sanoa, ei kokemusta)*

SISÄÄNKIRJAUTUMINEN

- |                                    |   |   |   |   |     |
|------------------------------------|---|---|---|---|-----|
| 5. Palvelun sujuvuus               | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |
| 6. Palvelun nopeus                 | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |
| 7. Henkilökunnan ystävällisyys     | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |
| 8. Palvelun yksilöllisyys          | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |
| 9. Henkilökunnan ammattitaitoisuus | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |
| 10. Opastaminen                    | 4 | 3 | 2 | 1 | EOS |

Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne

---

---

### HOTELLIHUONE & YÖPYMINEN

11. Ensivaikutelma huoneesta	4	3	2	1	EOS
12. Huoneen siisteys	4	3	2	1	EOS
13. Huoneen varustelu	4	3	2	1	EOS
14. Huoneen sisustus	4	3	2	1	EOS
15. Huoneen hinta-laatusuhde	4	3	2	1	EOS
16. Viihtyvyyys huoneessa	4	3	2	1	EOS
17. Vuoteen mukavuus	4	3	2	1	EOS
18. Huoneen rauhallisuus	4	3	2	1	EOS

Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne

---

---

### AAMIAINEN

19. Aamiaisen monipuolisuus	4	3	2	1	EOS
20. Aamiaisen maistuvuus	4	3	2	1	EOS
21. Aamiaistilan saavutettavuus	4	3	2	1	EOS
22. Aamiaistilan siisteys	4	3	2	1	EOS
23. Aamiaistilat	4	3	2	1	EOS

Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne

---

---

Risut ja ruusut Original Sokos Hotel Villalle

---

---

KIITOS AJASTANNE JA VASTAUKSISTANNE!

Essi-Katarina Hietanen

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Matkailun koulutusohjelma

## **Vastaukset avoimiin kysymyksiin**

### **Sisäänkirjautuminen**

**Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne**

Miten tällaisessa bulk-paikassa voisi olla yksilöllinen palvelu?

Pitkä jonotus aika. Henkilökunta oli puhelinvarausta tekemässä.

En ymmärtänyt ohjeita, missä on aamupala ja täytyykö päivälliselle varata pöytä.

Epäkiinnostunut asenne saapuessa.

Kun työporukka kirjautui niin yhden huonevarausta ei ollut. Yksi virkailija sanoi, että hotelli on täynnä. Seuraava virkailija sanoi, että kyllä täällä tilaa on. Kova sääto ja monen puhelun jälkeen kävi ilmi, että kyllä se varaus olikin tehty kaikille. Sitten luvattiin check out klo 13, joka ei sitten ollutkaan voimassa. Turhan paljon mokia...

### **Hotellihuone ja yöpyminen**

**Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne**

Äänieristys on huono. Äänet toisista huoneista kuuluivat häiritsevän kovaa.

Jääkaappi puuttui

Minibaarista löytyi jo valmiiksi avattu ja puoliksi juotu skumppapullo. :( ulko-oven takaa siivoamatta

Vaatteille kaappi puuttuu, kunnon komero pitäis olla tai edes mahdollisuus kunnolliseen henkareilla ripustamiseen. Vessassa peili huonosti valaistu, takapeili puuttuu kokonaan.

Huoneessa voisi olla hattuhylly päähineille ja hanskoille, toinen yöpöytä + pieni jääkaappi (erikoisruokavalio, lasten ruoka)

Ei minibaaria

Huone tosi pieni ja viisto katto vaikeutti kulkemista, vähän ahdas

Mielestämme lakana oli likainen

Liian pehmeä minun selälleni

Sisustus periaatteessa ok, mutta kolkko. Olen yöpynyt hotellissa aikaisemminkin ja silloin huone oli eri ja viihtyisä.

Juomavesi puuttui

Kaivattiin huoneeseen topsipuikkoja, shampoota yms.

Lammastaulu puuttui, sitä kaipasimme. Olimme tottuneet aiemmilta yöpymisiltä. Minibaari + jääkaappi tarpeen.

Silitysrauta ja lauta huonot, laudasta jäi jälki vaatteeseen (pehmuste puuttuu), lavuaari vetää huonosti.

Vierustoverit olivat viihdematkalla

Minibaari puuttui. Seinillä taulut antaisivat tunnelmaa, esim. lammasaiheet.

Suihkun lattialla oli edellisen asiakkaan hiuksia tuossa.

Jäimme kaipaamaan vedenkeitintä/minibaaria.

Huoneen lämpötila oli säädöstä huolimatta viileä.

Ohuet seinät

Liian pehmeä vuode

Ei ollut erikseen hoitoainetta ja shampoota. Kollegoilla oli Dermosil-tuotteita huoneessa, mutta tässä huoneessa ei ollut.

## **Aamiainen**

**Jos vastasitte johonkin kohtaan 1 tai 2, niin kertokaa, mikä vaikutti tyytymättömyyteenne**

Aamiaistila Tornissa epäsiisti, lattialla ruokaa jne. Toisaalta tiedän, että asiakkaat ovat vastuuttomia ja välinpitämättömiä. Aamiaistila ahdas, kova meteli.

Ulkotilojen kautta kulkeminen

Toinen rakennus parkkihallin takana, sekavat ja ahtaat tilat

Liikun kainalosauvoilla (ei olleet tiedossa huonetta varatessa) joten liikkuminen portaiden takia haasteellista aamiaistilaan

"Aamulenkki" kaipaa vieläkin näkyvämpää/parempaa opastusta, voisiko ne olla valolamp-puketju tai muu luova idea.. helposti seurattava

Löytämisessä vähän hankaluuksia

Aamiaistila vaikeasti löydettävissä ja vaikeakulkuinen vähänkin liikuntaesteiselle

Kulku kylmän autohallin kautta on kamala

Kävely kylmän tallin läpi. Pöytien siivouksen toteutuminen hitaasti (klo 11:00)

Eri hotellissa, ahtaan oloinen, ruuhkainen

Suttuinen lattia ja pöydät. Liian täynnä. Odotusta, ruuhkaa. Sokkeloinen tie aamiaiselle.

Aamiaistilat ahtaat ja ei pääsyä sisäkautta

Alkuaika liian myöhään

Pitkä kävelymatka aamiaiselle. Ahtaat tilat, linjaston ympärillä liian vähän tilaa + liian vähän pöytiä

Kulkusuunnat linjastossa olivat erittäin epäselvät. Siellä kuljettiin milloin mihinkin suuntaan.

Ruoka oli erittäin hyvää!

Aamiaiselle oli hieman mutkainen matka ja ikävää, kun piti kulkea osin ulkokautta.

Aamiainen toisessa rakennuksessa.

Villassa aamiaistila hiukan epäkäytännöllinen, koska sinne pitää mennä ulkokautta ja sijaitsee toisessa hotellissa. Uudelle henkilölle vaikea löytää.

Vähän pitkä matka paikkaan, olisi mukavampaa jos aamiainen olisi samassa tilassa kuin huone.

Kulku ulkokautta.

Aika erikoinen reitti aamiaiselle... Mutta ymmärrän, että on järkevää ja taloudellista tehdä näin, että Villan väki etsiskelee tietä Torniin.

Vetinen (suolaton) puuro, "tuoremehu" liian laimeaa, ei maistunut muulle juuri kuin vedelle.

Reitti aamiaiselle vähän monimutkainen ja näin kylmällä parkkialueen läpikävely ei ole mukavaa.

Aamiaistilat liian "massiiviset"! Ihmisiä oli enemmän kuin tilaa pöydissä, jonotusta ja odottamista. Ruoka alkoi vaikuttaa "epäsiistiltä", koska ihmisiä liikaa!!

Aamiainen eri rakennuksessa.

Paljon likaisia astioita pöydillä ja kesti hetki löytää Tornin aamiaistila.

Talvella ikävä kulkea ulkokautta. Katettu putki? Mahdollisuus kulkea kauppakeskuksen tms. kautta jo aamulla.

Siirtyminen parkkihallin kautta tilaan.

Tornin tilat liian kaukana ja hankalan reitin takana. Pöydät vs. tarjoiltu ruoka epälooginen.

## **Risut ja ruusut Original Sokos Hotel Villalle**

Aamiaista lukuun ottamatta täydet 5 tähteä

Henkilökunta todella ystävällistä. Hotellin aula ihanan viihtyisä, kuin oma olohuone :)

Kiva hotelli hyvässä paikassa. Erittäin hyvä ja sydämellinen henkilökunta

Ystävälliset respan virkailijat syy toistuviin vierailuihin

Sokoksen ikoniset Mariannekarkit! Monissa hotelleissa on näistä luovuttu

Viehättävä hotelli, varmasti tulemme uudestaan! :)

Erittäin kaunis ja viihtyisä huone

Sopiva paikka omaan työmatkailuun. Villan junior suite on yksi parhaista Sokos Hotellien huoneista. Terveisiä Tornin kuntosalille, hyvä tila on pilattu järkyttävällä valaistuksella, kirkkaat spotit häiritsee laitteilla

Pelkkiä ruusuja, täydellinen loma!

Okei.

Hyvä hotelli, rauhallinen, Mukava oli käydä.

Hotellin aulatila ja huone todella viihtyisät. Kodikas kuvastaa hyvin näitä tiloja.

Kahvibaari kiva plussa ja todella lämmin ja palvelualtis henkilökunta :)

Ihana hotelli, lämmينhenkinen

Huone upea taas kerran. Valitsen Villan huoneviihtyvyyden ja sijainnin vuoksi

Mukava henkilökunta, rauhallinen, moderni, mutta kodikas hotelli. 4-vuotias vieras onnes-  
saan huokaili "Ihana tämä Villa hotelli, kiva kun tultiin!" Lapselle pedattu oma sänky kiva  
lisä. Saunassa hyvät löylyt.. :)

Kiitos kauniista huoneesta.

Erittäin hyvä sijainti ja palvelu. Siisteys, huone pieni ja aamiaistilojen sijainti miinusta

Erityinen kiitos palvelualttiille, ystävälliselle, humoristiselle henkilöstölle, jonka kohdatessa  
tuntuu hotelliin tulo melkein kotiin paluulta

Viihtyisät huoneet, ystävällinen palvelu, hyvä aamiainen ja palvelu aamiaisella (+ kiva kun  
oli tarjolla suomalaista mustikkaa :))

Ihana persoonallinen paikka

Mahtavan hieno henkilökunta, siksi paras hotelli Tampereella

Kiitos hyvästä huoneesta ja Tornille rokkigaalasta!

Viihtyisä hotelli, persoonalliset ja mukavat huoneet ja käytävät. Ystävällinen henkilökunta.

Mukava ilmapiiri.

Viihtyisä hotelli.

Saunavuorot aiheutti harmitusta. Miesten vuoro oli niin aikaisin ja meni ohi kokonaan, kun  
oli jo 17–19. Erilliset saunat olisi plussaa tai miesten ja naisten vuorot toisinpäin.

Tykättiin! Konsepti toimi!

Villaa on remontoitu, pidin edellisestä, mutta remonttikin on onnistunut. Kiva paikka.

Antaessani palautetta = eli toiveen paremmasta minua kehoitettiin kirjaamaan se hotellin  
www-sivulle itse

Olisi kiva, jos Villassa olisi oma aamiaistila, joka olisi tyyliältään samassa linjassa Villan  
kanssa, rauhallinen ja tunnelmallinen

Mukavan rauhallinen ilmapiiri ja hotelli

Tänne kannattaa tulla toistekin.

Opetusravintola takaisin aamiaistilaksi, kiitos :)

Ihana hotelli ja todella ystävällinen palvelu. Suosittelen lämpimästi!

Hyvä kokonaisuus :)

Virkailijat ei selkeesti ollut samalla linjalla. Riippuu keneltä kysyy, niin saa ihan eri tietoa.

Maksuton glögi hieno idea. Mukavan pieni hotelli keskustassa. Olen tyytyväinen.

Todella mukava ja hyvällä tavalla erilainen Sokos Hotelli. Viihtyisä ja tunnelma +++

Erinomainen kokemus.

Henkilökunta Villassa ja Tornin aamiaisella erittäin ystävällistä

Huone vetoinen

Sokos Villa Tampereella Suomen mieluisin hotelli minulle yöpyä. Toivoisin, että jatkossa olisi avoinna myös loma-ajat, esim. joulun ja uuden vuoden välipäivät!

Hotelli itsessään viihtyisä ja tunnelmallinen, mutta hotellilla pitäisi olla oma aamupalatila!

Olemme käyneet täällä monesti ja täällä on mukavaa. Yksi lempihotelleistamme. Huoneet ovat ihanasti sisustettuja ja viihtyisiä. Aamiainen Torni-hotellissa on huonompi kuin mitä se oli ennen täällä Villassa. Silloin aamupala oli todella kiva.

Ei olla hetkeen saatu näin mahtavaa palvelua!! Vaikka saavuimmekin jo klo 10.00 saimme huoneen. Respan nuori neiti oli aivan loistava tyyppi. Aivan kuin kotiin olisi tullut! Joulubonukset hänelle.

Olen asunut hotellissa useita kertoja, koska se miellyttää. Persoonallinen, hyvä palvelu, hyvä sijainti junalla kulkevalle. Tulen taas joskus.

Viikonlopun matkailuun aivan hyvä ja mukava huone, mutta jääkaapin ja ulko-ilman puute estäisivät työmatkalla huoneen käytön. Huone oli liian lämmin eikä koneellisen viilennyksen teho riittänyt. Oli yllätys, että huoneesta ei ollut suoraan ulos johtavaa tuuletusikkunaa.

Muutaman tunnin valvoin ja kävin 4 kertaa kylmässä suihkussa. Viihtyisä, idyllinen hotelli.

Asiakaspalvelun taso kiitettävä ja asiakas tunsikin todellakin tervetulleeksi.

Työmatkustamisen parasta mukavuutta, henkilökunta aina todella mukavaa, asiakaskokemus on hyvin positiivinen ja aina tervetullut olo.

Erittäin hyvää palvelua!

Oli mukava yö ja sain nukutuksi hyvin kivassa sängyssä ihanan pehmeän patjan päällä.

Iso ruusu tästä.

Sisustukseltaan ja tunnelmaltaan Villa paras hotelli Suomessa, missä olen yöpynyt. Samoin sijainniltaan Tampereella minulle lähellä yliopistoa ja rautatieasemaa. Pieniä asioita,

mutta jos haluatte varustelua kehittää, kuivausteline pyyhkeille olisi plussaa, samoin pieni jääkaappi eväiden säilytykseen

Viihtyisät huoneet, mukava asiakaspalvelu ja ruuhkaton vastaanottotiski.